

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI ULANG PADA PRODUK
SEPATU FUTSAL MEREK ORTUSEIGHT DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN ON
PURCHASE DECISION AND REPURCHASE INTENTION IN BRAND
ORTUSEIGHT FUTSAL SHOES IN SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

LEGAWA ARDY KUSUMA

20170410290

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Legawa Ardy Kusuma

Nomor Mahasiswa : 20170410290

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI ULANG PADA PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK ORTUSEIGHT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajau dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 31 Desember 2020



Legawa Ardy Kusuma

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat, dukungan dan doanya yang tiada henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua penulis Bapak Agus Susilo dan Ibu Nur Magiati yang tak pernah lelah memberikan dukungan, semangat dan motivasinya selama kuliah. Berkat kerja keras, usaha dan doanya yang tak pernah henti memacu penulis untuk terus semangat dan pantang menyerah hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan kuliah.
2. Untuk adik saya Dzira Arfin Kusuma yang telah memberikan semangat dan dukungannya, terimakasih atas semangat, dukungan, dan doanya yang telah diberikan semoga skripsi ini dapat memotivasi untuk belajar lebih giat lagi.
3. Untuk Sahabat Keluarga Arjuna Putra 02 Itah, Ervin, Gilang, Naufal, dan Ridwan yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menghadapi keluh kesah perkuliahan, saran dan masukan yang sangat membangun agar penulis tidak pantang menyerah dan terus semangat dalam menyelesaikan ini semua.
4. Untuk Sahabat Koramil Sektor 6 yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungannya disaat senang dan susah, penulis ucapkan rasa terimakasih atas dukungan, motivasi, dan doa yang telah diberikan.
5. Untuk Sahabat Minoritas yang telah memberikan semangat dan motivasi, penulis ucapkan rasa terimakasih atas motivasi dan doa yang telah diberikan.

6. Dhea Reka Saraswati, yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis, terima kasih atas doa dan perhatiannya selama proses penulisan skripsi hingga akhirnya skripsi ini selesai.
7. Teman-teman kelas Manajemen “G” angkatan 2017 secara keseluruhan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih karena sudah menemani berproses dan menyemangati penulis.
8. Semua teman-teman Manajemen Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.
9. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, berkat nikmat sehat dan sempatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang pada Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Daerah Istimewa Yogyakarta” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam pengambilan keputusan organisasional agar dapat meningkatkan Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang sehingga memberikan ide pengembangan untuk penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang

telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Ibu Dra. Hasnah Rimiwati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga nanti.
5. Bapak dan Ibuku yang selalu memberikan semangat dan dukungan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, kemudahan, bantuan serta semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 31 Desember 2020



Legawa Ardy Kususma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Citra Merek	8
2. Desain Produk	10
3. Keputusan Pembelian	15
4. Minat Beli Ulang	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Hipotesis	30
1. Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	30
2. Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
3. Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	33
4. Desain Produk Terhadap Minat Beli Ulang	34
5. Keputusan Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang	35

6.	Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian	36
7.	Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian	37
D.	Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
A.	Objek dan Subjek Penelitian	39
B.	Jenis Data	39
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
F.	Uji Instrumen Penelitian	44
1.	Uji Validitas	45
2.	Uji Reliabilitas.....	45
G.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	46
1.	Kecukupan Ukuran Sampel.....	46
2.	Uji Outliers	46
3.	Uji Normalitas	46
4.	Uji Multikolinieritas	47
5.	Uji GOF.....	47
6.	Uji Hipotesis.....	47
7.	Uji Mediasi	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	49
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
2.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	50
B.	Uji Kualitas Instrumen	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reliabilitas.....	56
C.	Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	57
1.	Kecukupan Ukuran Sampel.....	57
2.	Uji Model Measurement.....	58
3.	Uji Outliers	59

4. Uji Normalitas Data.....	59
5. Uji Multikolinieritas	60
6. Uji GOF (<i>Goodness of Fit</i>).....	61
7. Uji Hipotesis.....	62
8. Uji Mediasi.....	64
D. Pembahasan (Interpretasi).....	69
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	78
A. Simpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	79
C. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	90
Lampiran 3. Uji Validitas	95
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	97
Lampiran 5. Uji <i>Outliers</i>	98
Lampiran 6. Uji <i>Goodness of Fit</i>	101
Lampiran 7. Hasil Gambar dan Uji Hipotesis	103
Lampiran 8. Hasil Turnitin	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas 1.....	54
Tabel 4.5 Uji Validitas 2.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Data.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Goodness of Fit.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Mediasi 1.....	65
Tabel 4.11 Direct dan Indirect Effect H6.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Mediasi 2.....	67
Tabel 4.13 Direct dan Indirect Effect H7.....	68
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Analisis.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Uji Model Measurement.....	58
Gambar 4.2 Uji Mediasi 1.....	65
Gambar 4.3 Uji Mediasi 2.....	67