

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MERK TERHADAP MINAT
BELI SEPATU MERK CONVERSE
(Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi UISU)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk dan Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : HARUM SAVIRA
NPM : 71170312063
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MERK TERHADAP MINAT
BELI SEPATU MERK CONVERSE
(Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi UISU)**

NAMA MAHASISWA : HARUM SAVIRA
NPM : 71170312063
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Hj. Nilawati Nasti, S.E., M.M)

(Syafrizal, S.E.,M.M)

Ketua Program Studi

(Dr. Supriadi, SE., MM.,M.Si)

TANGGAL UJIAN SKRIPSI : 30 Maret 2022

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2022**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Dan Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teoritis.....	8
2.1.1 Minat Beli	8
a. Pengertian Keputusan Pembelian	8
b. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat	9
c. Indikator Minat Beli.....	11
2.1.2 Kualitas Produk	13
a. Pengertian Kualitas Produk.....	13
b. Konsep tentang Kualitas Produk	14
c. Faktor faktor Kualitas Produk	16
d. Indikator Kualitas Produk	17
2.1.3 Merek.....	18
a. Pengertian Pengertian Merek	18
b. Manfaat Merek	19
c. Membangun Merek.....	21
d. Indikator Merek	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Hipotesis	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Teknik Analisis Data	32
BAB 4 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
4.1 Sejarah Sepatu Converse.....	36

4.2 Produk (Product) Converse	39
4.3 Keunggulan Sepatu Converse	40
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Hasil Penelitian.....	42
5.2 Pembahasan.....	61
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Rencana Penelitian	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Bebas	31
Tabel 5.1 Usia.....	42
Tabel 5.2 Jenis Kelamin	42
Tabel 5.3 Semester.....	43
Tabel 5.4 Pendapatan Responden	43
Tabel 5.6 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 5.7 Distribusi Jawaban Variabel Merek	46
Tabel 5.8 Persentase jawaban variabel Minat membeli.....	48
Tabel 5.9 Uji Validitas Kualitas Produk	50
Tabel 5.10 Uji Validitas Merek	50
Tabel 5.11 Uji Validitas Minat Beli.....	51
Tabel 5.12 Item-Total Statistics X1	52
Tabel 5.13 Item-Total Statistics X2.....	52
Tabel 5.14 Item-Total Statistics Y.....	52
Tabel 5.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	54
Tabel 5.16 Uji Multikolinieritas	55
Tabel 5.17 Coefficients	57
Tabel 5.18 ANOVA	58
Tabel 5.19 Coefficients	59
Tabel 5.20 Model Summary.....	60
Tabel 5.21 Hubungan antar Variabel.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Sepatu Casual untuk tahun 2020	3
Gambar 1.2 Model Sepatu Convers 2021	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Desain Sepatu Converse.....	37
Gambar 5.1 Histogram Normalitas	53
Gambar 5.2 P-plot Normalitas.....	54
Gambar 5.3 <i>Scatterplot</i>	56

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek, alih Bahasa: Aris Ananda*. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Cece, I.S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di SOGO Galaxy Mall Surabaya. *EJurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 1, No. 2. pp. 101-110
- Durianto, Darmadi, 2011, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Edi, Riawan. 2017 “ *Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah*”. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*. No. 3. Vol. 3.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- . 2018. *Strategi Pemasaran*, Edisi 6, Andi Offset, Yogyakarta
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education
- , 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Marina, Edy, Sunarti. 2016“ *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. No. 1. Vol. 37
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis
- Pranoto, Wahyu. 2010. *Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau dari Kepercayaan Diri*. *Jurnal Psikologi*. Kudus: Universitas Muria Kudus
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- . 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

—————.2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

—————.2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

LAMPIRAN 1

ANGKET PENELITIAN

Pengaruh kualitas produk dan merk terhadap minat beli sepatu merk converse (Studi Kasus Mahasiswa Fe UISU)

Responden yang terhormat,

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini, diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi anda, Bapak/Ibu/Sdra/Sdri diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Data dibutuhkan untuk keperluan studi/ilmiah, Sesuai dengan kode etik penelitian, penulis menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri mengisi angket ini adalah bantuan tak ternilai bagi penulis. Akhirnya, penulis sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Peneliti,

()

ANGKET (KUESIONER)

A. Petunjuk Pengisian

1. Berikanlah tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang bapak/Ibu pilih sesuai dengan keadaan, pendapat, dan perasaan Bapak/Ibu, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain.
2. Atas partisipasi Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

B. Identitas Responden

No. Responden (tidak perlu diisi) :

1. Usia : 1. < 20 Tahun 2. 20-23 Tahun
3. > 23 Tahun

2. Jenis kelamin : 1. Laki-Laki 2. Perempuan
3. Semester : 1. 1-4 5-7 diatas 8
4. Pendapatan : 1. < 2 Juta 2. 2- 5 juta
 > 5 Juta

C. Keterangan

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan Kualitas Produk	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Sepatu Converse memiliki bentuk yang menarik					
2	Sepatu Convser didesain dengan sangat baik					
3	Saya memakai sepatu converse dikarenakan nyaman dengan kaki saya					
4	Saya menggunakan sepatu converse dikarenakan fitur2 nya man untuk digunakan sehari					
5	Sepatu Converse sudah teruji memilki kualitas yang baik					
6	Sepatu Converse yang saya miliki sudah saya gunakan bertahun tahun					
7	Sepatu Converse bisa digunakan saat perkuliahan dan bisa digunakan saat akan berjalan2					
8	Sepatu Converse bisa digunakan diberbagai kondisi jalanan					
9	Sepatu Converse tidak ketinggalan zaman dan bisa digunakan di situasi apapun					
10	Jika Sepatu Converse saya rusak, maka saya akan mudah untuk memperbaikinya.					

No	Pernyataan Merek	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Sepatu Converse diakui sebagai sepatu yang berkualitas					
2	Rekan rekan mengakui jika Sepatu Converse bisa digunakan lebih					

	lama dibandingkan merek lain					
3	Sepatu Converse memiliki reputasi yang baik					
4	Saya menggunakan Sepatu Converse dikarenakan mereknya sudah terkenal					
5	Saya menggunakan Sepatu Converse karena sudah yakin dengan kualitasnya					
6	Saya menggunakan Sepatu Converse karena mencerminkan jiwa muda saya					
7	Saya menggunakan Sepatu Converse karena lingkungan saya merekomendasikannya					
8	Rekan 2 saya pasti memiliki sepasang Sepatu Converse walaupun mereka memiliki banyak sepatu.					

No	Pernyataan Minat Nasabah	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat membeli Sepatu Converse dikarenakan kesukaan saya akan merek ini					
2	Saya berminat membeli Sepatu Converse dikarenakan bentuknya menarik dan unik					
3	Saya dianjurkan rekan saya untuk membeli Sepatu Converse					
4	Saya juga akan menyarankan rekan atau keluarga saya untuk menggunakan Sepatu Converse					
5	Saya berminat membeli Sepatu Converse karena secara pribadi saya suka model produknya					
6	Walaupun banyak merek sepatu lain yang bentuknya seperti Sepatu Converse saya akan tetap berminat menggunakan produk ini					
7	Saya berminat menggunakan Sepatu Converse karena ingin mencoba model2 yang lain					
8	Saya berminat menggunakan Sepatu Converse karena ingin mengetahui apakah sepatu ini sesuai dengan kondisi kaki saya.					

LAMPIRAN 2
OUTPUT SPSS

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	32	32.0	32.0	32.0
21-23 tahun	32	32.0	32.0	64.0
> 23 tahun	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki Laki	52	52.0	52.0	52.0
Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Semester

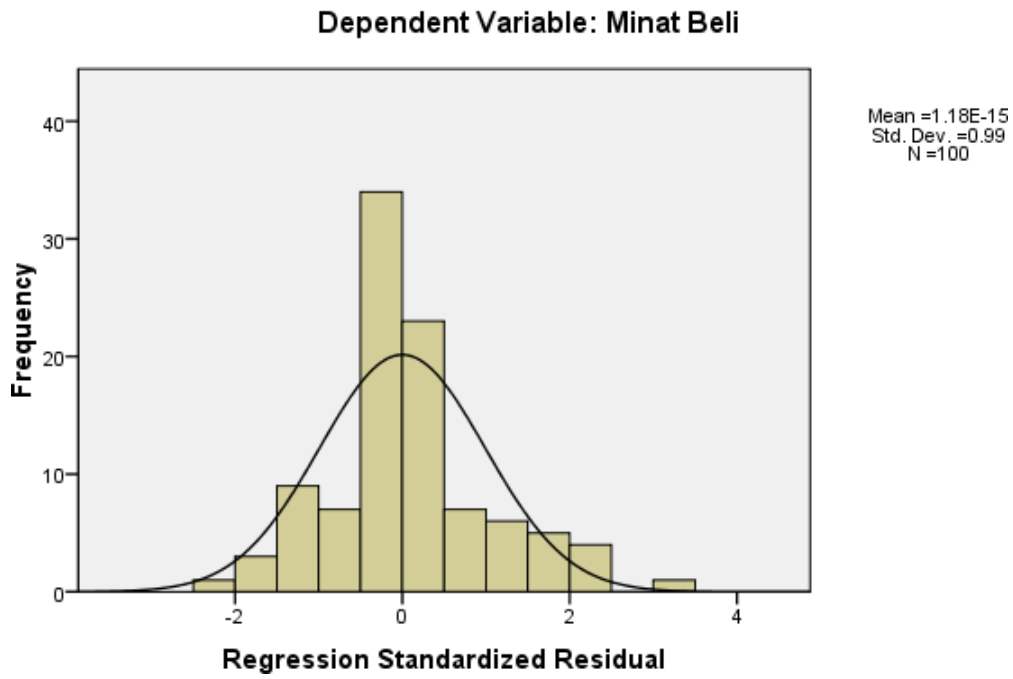
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-4	20	20.0	20.0	20.0
5-7	47	47.0	47.0	67.0
8 keatas	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

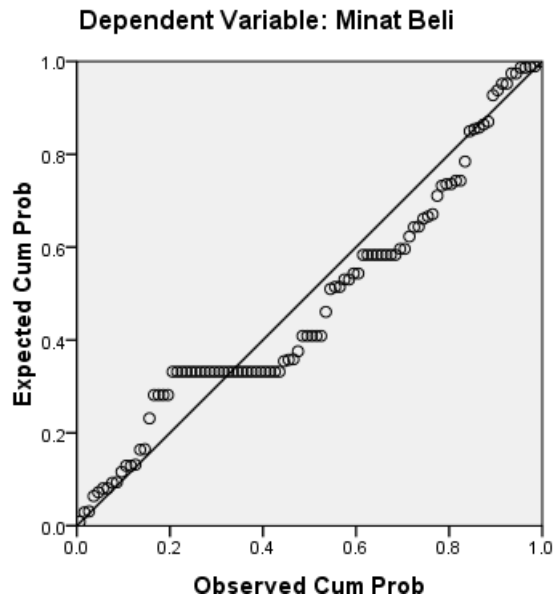
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 500 ribu	64	64.0	64.0	64.0
500 ribu-1 juta	14	14.0	14.0	78.0

> 1 juta	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel 5.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81940359
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.122
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.300
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Tabel 5.16 Uji Multikolinieritas

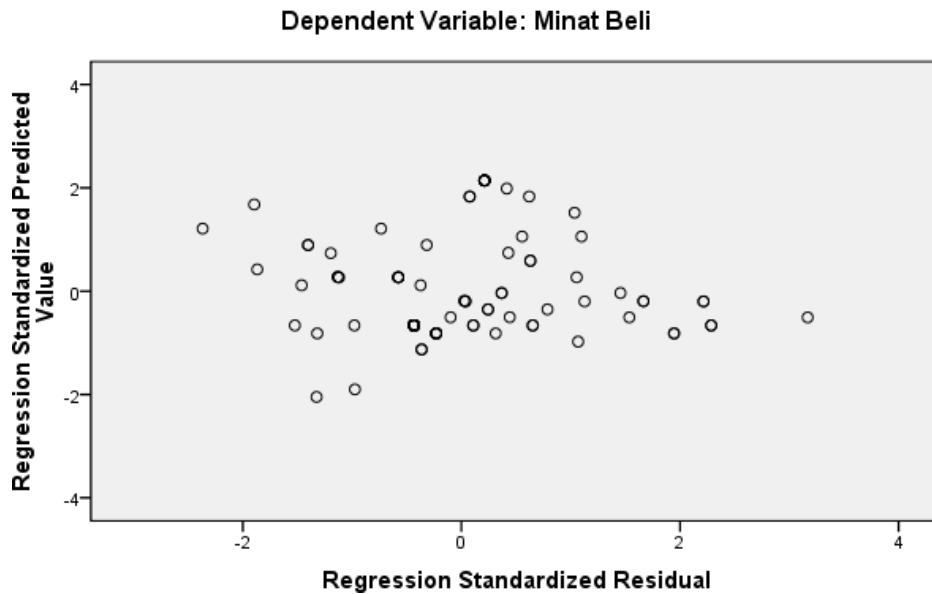
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.550	2.215		2.506	.014		

Kualitas produk	.381	.080	.385	4.743	.000	.562	1.778
Merek	.376	.062	.492	6.063	.000	.562	1.778

a. Dependent Variable: loyaitas nasabah

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Scatterplot



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.550	2.215		2.506	.014
Kualitas produk	.381	.080	.385	4.743	.000
Merek	.376	.062	.492	6.063	.000

a. Dependent Variable: loyaitas nasabah

Tabel 5.18 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	584.477	2	292.239	86.500	.000 ^a
	Residual	327.713	97	3.378		
	Total	912.190	99			

Tabel 5.18 ANOVA^b

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	584.477	2	292.239	86.500	.000 ^a
	Residual	327.713	97	3.378		
	Total	912.190	99			

a. Predictors: (Constant), merek, Kualitas produk

b. Dependent Variable: loyaitas nasabah

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.800 ^a	.641	.633	1.83806

a. Predictors: (Constant), merek, Kualitas produk

Sumber : Hasil Penelitian (2022)