

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK KICKERS DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

GEORGE GLEN PRATAMA AYORBABA

11120054

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK KICKERS DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

GEORGE GLEN PRATAMA AYORBABA

11120025

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra
Merek Terhadap Minat Beli Sepatu KICKERS Di
Yogyakarta
SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

GEORGE GLEN PRATAMA AYORBABA

NIM : 11120025

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK KICKERS DI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

GEORGE GLEN PRATAMA AYORBABA

11120025

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 11 Januari 2017

Nama Dosen

1. : Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim)

2. : Jonathan Herdioko, SE, MM.

(Dosen Penguji)

3. : Dra. Ambar kusuma Astuti, Msi

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 19 Januari 2017

Tanda Tangan

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK KICKERS DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta,



George Glen Pratama Ayorbaba

11120025

HALAMAN MOTTO

"I Know I'll be someone someday "

(GEORGE GLEN AYORBABA)

"Hidup itu harus bermakna, supaya kamu berbahagia"

(MATTHEW DEFAN HADIRIANTO.SE 2016)

"Ajarlah kami menghitung hari-hari kami sedemikian,

Hingga kami beroleh hati yang bijaksana"

(Mazmur 90 : 12)

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For :

- ✚ ALLAH didalam Nama Yesus Kristus.
- ✚ Kedua Ayah dan Alm. Bunda.
- ✚ Kekasih saya Juliet Genoveva
- ✚ Saudara- Saudara dan Keluarga
- ✚ Dosen Pembimbing saya Bapak Dr.Singgih Santoso, M.M
- ✚ Bapak Dosen Jonathan Herdioko, SE, M.M
- ✚ Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW.
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
- ✚ Teman-temanku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, perlindungan dan bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PEMBELIAN SEPATU MEREK KICKERS DI YOGYAKARTA”** dengan baik.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dan mendukung dalam pengerjaan penelitian ini hingga selesai. Baik bantuan berupa ide, gagasan, materi, maupun berupa dorongan semangat dalam penyelesaian penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan Rahmat dan penyertaanNya selama menempuh kuliah hingga pembuatan skripsi, sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Keluargaku terkasih Papa Sony R Ayorbaba, dan Alm. Mama Vera N Anes yang telah memberikan dukungan doa dan juga semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr.Singgih Santoso, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dengan tekun dan sabar dalam memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
5. Buat kekasih saya Juliet Genoveva Djara Tari yang selalu Setia menemani dan menyemangati
6. Buat saudara-saudara dan keluarga ku yang ku kasihi

7. Buat semua sahabat-sahabat yang tidak bias saya sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca guna menjadikan skripsi ini lebih sempurna.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta,

Penulis,

George Glen Pratama Ayorbaba

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Batasan Masalah	4
1.6. Definisi Variabel.....	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Perilaku Konsumen	7

2.1. Merek (Brand)	7
2.2. Produk	9
2.2.1 Definisi Merk.....	10
2.2.2 Pengertian Citra	11
2.3. Produk	12
2.4. Harga	16
2.5. Minat Beli	18
2.6 Keterkaitan variabel (x dan y)	18
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
2.8 Kerangka Pemikiran	22
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1. Desain Penelitian	24
3.2. Objek Penelitian	25
3.3. Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Definisi Operasional Variabel	27
3.6. Metode Analisis Data	29
3.6.1. Uji Validitas.....	29
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.6.3. Analisis Deskriptif.....	31
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.6.5. Koefisien Determinasi (r^2)	34
3.6.6. Uji F.....	34
3.6.7. uji t.....	35

3.7. Sejarah KICKERS	35
BAB IV. ANALISIS DATA	38
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	38
4.2. Pembahasan Hasil	53
BAB V. PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Keterbatasan Penelitian	55
5.3. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 4.6. Jumlah Responden berdasarkan profesi.....	44
Tabel 4.7. Jumlah Responden berdasarkan mendapat informasi Xiaomi	45
Tabel 4.8. Hasil Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji R^2	48
Tabel 4.10. Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.11. Hasil Uji t	50
Tabel 4.12. Tabel Hasil Penelitian	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian	22

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variable citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta. Sampel untuk penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berskala Likert, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji R^2 , uji F dan uji t. Profil responden terdiri dari: Jenis Kelamin, usia, Pendapatan perbulan, profesi, dan dari mana mendapat informasi tentang sepatu KICKERS. Pertanyaan mengenai variabel terdiri dari 17 pertanyaan yang berisi 4 variabel.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sepatu KICKERS di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sepatu KICKERS di Yogyakarta di Yogyakarta.

Kata Kunci : *citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta*

ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables which consists brand image, quality product, and price preception of the interest to buy KICKERS shoes in Yogyakarta. This study took 100 respondents for the samples. Data collected by using a Likert scale questionnaire, which has been tested for validity and reliability. Meanwhile, data analysis method used is multiple linear regression analysis method, by using a test of the hypothesis that R² test, F test and t test. Profile of respondents consisted of: Gender, age, monthly income, profession, and where informed about the products KICKERS shoes. the variables consisted of 17 questions that contained 4 variables.

Partial results of significance test (t test) showed that in partial brand image, product quality and price perception significantly influenced consumer buying interest towards the KICKERS shoes in Yogyakarta. Results of simultaneous significance test (Test F) showed that simultaneous variables brand image, product quality and price perception significantly influenced consumer buying interest towards the KICKERS shoes in Yogyakarta

keywords: brand image, quality product, price preception, of the interest to buy KICKERS shoes in Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variable citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta. Sampel untuk penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berskala Likert, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji R^2 , uji F dan uji t. Profil responden terdiri dari: Jenis Kelamin, usia, Pendapatan perbulan, profesi, dan dari mana mendapat informasi tentang sepatu KICKERS. Pertanyaan mengenai variabel terdiri dari 17 pertanyaan yang berisi 4 variabel.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sepatu KICKERS di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap sepatu KICKERS di Yogyakarta di Yogyakarta.

Kata Kunci : *citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Zaman saat ini menuntut konsumen bersikap pintar, cermat, efisien dan efektif dalam memilih produk yang diinginkan. Dengan adanya sikap itu, maka konsumen tidak akan kecewa dengan apa yang telah mereka beli. Dalam kehidupan sehari-hari konsumen dihadapi dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti, salah satunya kebutuhan dalam memilih produk sepatu karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan terpuaskan dari kebutuhan mereka.

Persaingan yang terus berkembang membuat perusahaan harus berusaha menempatkan produk sepatu di benak konsumen. Atribut sepatu membuat konsumen dapat membedakan dan mengetahui kelebihan sepatu yang satu dengan yang lainnya. Kepuasan konsumen terhadap suatu sepatu merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Perusahaan harus dapat menciptakan sepatu yang satu berbeda dengan yang lainnya, sehingga sepatu tersebut memiliki keunikan tersendiri.

Industri usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat dan ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Walaupun usaha industri sepatu ini mengalami masa surut, keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi

perusahaan pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebelum produk. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. namun sekarang industri ini telah menunjukkan perbaikan yang signifikan dan cukup menjanjikan di masa yang akan datang.

Banyaknya usaha Industri sepatu di Indonesia kini telah tumbuh dan berkembang khususnya sepatu merek KICKERS. Salah satu indikasinya dapat dilihat dari prediksi sejumlah pelaku usaha tentang permintaan sepatu di dalam negeri yang meningkat setiap tahunnya. Hal inilah yang menjadi motivasi KICKERS untuk tetap eksis dan bertahan ketika industri sepatu mengalami penurunan.

Dari uraian diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI HARGA, CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK KICKERS DI YOGYAKARTA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu merek KICKERS di Yogyakarta?
- b. Apakah citra merek ber pengaruh terhadap minat beli sepatu merek KICKERS di Yogyakarta?

- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli sepatu merek KICKERS di Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

- a. Pengaruh Harga terhadap minat beli konsumen.
- b. Pengaruh Citra Merek terhadap minat beli konsumen.
- c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Perusahaan
Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan membantu manajemen perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan minat beli. Diri Sendiri
Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman kepada penulis untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama kuliah khususnya mengenai harga, citra merek, dan kualitas produk.

b. Bagi Pihak Lain:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas produk dan citra merek.
2. Menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen dalam membeli suatu produk.

1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di Yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sepatu merek KICKERS di Yogyakarta.
- c. Jumlah responden yang dijadikan responden sebanyak 100 responden.
- d. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:
 - Jenis Kelamin
 - Usia
 - Pendapatan

- Profesi
- Darimana memperoleh informasi mengenai produk sepatu

KICKERS

- e. Waktu : Agustus 2016 - Desember 2016.
- f. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 1. Variabel bebas, yaitu Persepsi Harga (x^1), Citra merek (x^2) dan Kualitas Produk (x^3).
 2. Variabel terikat, yaitu minat beli (Y) sepatu KICKERS di Yogyakarta.
 3. Teknik pengambilan data dengan teknik purposive sampling.

Penelitian ini meneliti sepatu merek KICKERS bukan produk-produk lain dari KICKERS, karena konsumen lebih sering membeli sepatu KICKERS di banding produk lainnya.

1.6. Defini Variabel :

- a. Minat beli (Y)

Menurut Kotler (2002), minat beli Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternative dan di dalam proses evaluasi, seorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai minat seorang akan membeli suatu produk.
- b. Harga (x^1)

Menurut Kotler (2008:62) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk.
- c. Citra Merek (x^2)

Menurut Ouwersoot dan Tudorica (2001), Citra Merek adalah kumpulan persepsi tentang sebuah merek yang saling berkaitan yang ada dalam pikiran manusia.

d. Kualitas Produk (x^3)

Menurut Aaker (1996:24), Kualitas Produk adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan. Perceived quality merupakan persepsi dari pelanggan maka perceived quality tidak dapat ditentukan secara objektif.

©UKDWN

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan minat beli masyarakat terhadap produk sepatu KICKERS di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari data Profil Responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita, berusia 22-24 tahun, memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.000– Rp 2.000.000, berprofesi sebagai mahasiswa, memperoleh informasi mengenai sepatu KICKERS melalui teman.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, menunjukkan bahwa variable brand image, kualitas produk dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagaimana dijelaskan berikut ini :

- a. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 orang responden dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.
- b. Peneliti tidak membedakan sepatu KICKERS responden merupakan sepatu *original* atau Palsu.

- c. Variabel independen yang diteliti adalah variabel *brand image* (citra Merek), Kualitas produk dan Presepsi Harga.
- d. Pertanyaan dalam penelitian responden hanya memberikan jawaban yang tertutup untuk mengisi jawaban sesuai dengan pilihan jawaban yang diberikan.

5.3 Saran

- a. Untuk Perusahaan

Berdasarkan pada hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan melalui kuesioner dan diuji menggunakan aplikasi SPSS membuktikan bahwa brand image(citra merek), kualitas produk, dan presepsi harga yang dimiliki oleh Perusahaan sepatu KICKERS sudah cukup baik. Hasil tersebut bisa dilihat dari analisis uji regresi linear berganda (uji R^2 , uji F, uji t) yang berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu KICKERS di Yogyakarta. Saran untuk kedepannya bagi perusahaan adalah perlu diadakan peningkatan terhadap variabel-variabel yang diteliti tersebut agar perusahaan bisa tetap mempertahankan konsumen dan tidak ada keraguan untuk membeli produk yang dimiliki. Dari hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil 25 %., artinya ada 75 % variable lain yang mempengaruhi minat beli selain variable independen yang diteliti penulis sehingga diharapkan perusahaan perlu meningkatkan dan meninjau faktor-faktor lain (variable independen lain) agar minat beli konsumen terhadap sepatu KICKERS dapat meningkat menjadi 100%.

b. Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel yang akan diteliti di luar variabel – variabel yang sudah diteliti seperti :

- Variabel Keunikan
- variabel promosi
- variabel loyalitas
- variabel varian
- Variabel lokasi
- variabel pengaruh sosial
- Dan Variabel Lain nya

. Tentunya, variabel yang ditambahkan harus memiliki hubungan dan pengaruh terhadap minat beli konsumen seperti variable promosi. Dengan adanya penambahan variabel diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih berkembang.

2. Mempersempit Variabel Independen apabila ingin meneliti sepatu KICKERS sebagai sebuah merk bukan sebagai sebuah produk

3. Bila ingin meneliti kinerja sepatu KICKERS sebaik nya pada satu varian tertentu/pada sebuah rentang harga tertentu

4 .Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup, tetapi juga dengan pertanyaan terbuka yang bisa diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban yang diberikan oleh responden lebih sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Undip.
- Hartono. 2010. *SPSS 16.00 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kotler & Amstrong, 2008, *Principles of Marketing*, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ke-13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Keller, 2009, *Marketing Management*, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.
- Peter, J Paul dan Jerry Colson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi kedua. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta,
- Sugiyono. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pratama, Andry Rais. 2013. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Analisis Pengaruh pengaruh kualitas produk, citra merk dan promosi terhadap keputusan pembelian the botol sosro (studi kasus di kawasan semarang timur)* (<http://www.jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1193>, Diakses pada 19 September 2015)
- Akbar, Adam, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba”, *Jurnal, Universitas Gunadarma, Jakarta, 2012.*