

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK DC DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**RICHARSON DIKY WIDODO**

**11120054**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2016**

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK DC 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:**

**RICHARSON DIKY WIDODO**

**NIM : 11120054**

**Program Studi : Manajemen**

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

**2016**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra  
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek DC  
Di Yogyakarta

Nama : Richarson Diky widodo

NIM : 11120054

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

Tahun : 2016

---

Telah diperiksa dan disetujui untuk di

Uji di Yogyakarta

di Yogyakarta

Pada Tanggal: 12.../...05/...2016

Dosen Pembimbing



( Dr.Singgih Santoso, M.M )

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Sepatu Merek DC Di Yogyakarta**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**RICHARSON DIKY WIDODO**

**11120054**

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 **07 JUN 2016**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. : Dr. Singgih Santoso, MM  
(Ketua Tim)
2. : Dra. Ety istriani, MM  
(Dosen Penguji)
3. : Jonathan Herdioko, SE, MM.  
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, **14 JUN 2016**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



DR. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK DC  
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, februari 2016

Penulis



Richarson Diky Widodo

11120054

## HALAMAN MOTTO

*“Aku haus, kata Yesus di kayu salib, ketika Yesus sangat mendabakan penghiburan, dan tersiksa baik jasmani maupun rohani-Nya. IA mengungkapkan rasa haus-Nya bukan haus air, melainkan haus pengorbanan”*

**(Mother Teresa)**

*“Be Like Jesus  
Shine your love  
On everyone you meet,  
Enable them to  
Become better people”*

**(Joseph Fernandes Saragi)**

*”Saya ingin melihat kamu sukses suatu hari nanti”*

**(Jeffry Santony)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### The Script Present For :

- ✚ ALLAH didalam Nama Yesus Kristus.
- ✚ Kedua Orang tua saya.
- ✚ Kakak dan Adik Saya
- ✚ Keluarga besar Widodo dan Liem Saunoah
- ✚ Dosen Pembimbing saya Bapak Dr.Singgih Santoso, 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 ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK DC 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 Bapak Stefanus Oey, ibu Florentiana liem Saunoah, dan saudara dan saudari 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 sahabatku Gus-Gus ( Amel, Alin, Anggi, Dessy, Devan, Devi, Endah, Febry, Glen, Intan, Imanuel, Josep, Loren, Lia, Ongen, Pitri, dan Vivi ).
6. Buat Anak GANDONG group the next gusgus yang selalu memberi Keceriaan dan pengalaman yang tidak terlupakan selama di Jogja ( Nensya, Bung Felix, Bang olan, Bagus,josua, Acul, Richard Ezra, Guntur)
7. Buat riduwan, Okta, Cynthia, Michael, Ronny, Stella, Ana, victor, dan Felix, Victor, Jerry, Clinton, Daniel, Jeffry.
8. Buat seluruh manajemen angkatan 2011, 2012 dan 2013

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, februari 2016

Penulis

Richarson Diky widodo

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Batasan Penelitian .....	5
1.6. Defini Variabel .....	6
BAB II. LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Perilaku konsumen .....	7

2.2 Produk .....	9
2.3 Harga .....	10
2.3.1 Pengertian Harga .....	10
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Harga .....	11
2.4 Kualitas Produk .....	13
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.4.2 Ukuran Kualitas Produk .....	13
2.4.3 Tahapan Pengelolah Kualitas Produk .....	14
2.5. Merek (Brand) .....	14
2.5.1. Pengertian Merek .....	15
2.5.2. Manfaat Merek .....	15
2.5.3. Tingkatan Merek .....	17
2.5.4. Karakteristik Merek .....	18
2.6. Citra Merek .....	18
2.6.1. Pengertian Citra Merek .....	18
2.6.2. Manfaat Citra Merek .....	19
2.7. Keputusan Pembelian .....	19
2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	19
2.7.2 Tahapan-tahapan Proses Pengambilan Keputusan .....	20
2.8 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	22
2.9 Hubungan kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	23
2.10 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	23
2.11 Penelitian Terdahulu .....	24

2.12 Kerangka Pemikiran.....	25
2.13 Hipotesis.....	25
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Data .....	27
3.1.1 Pengumpulan Data.....	28
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	30
3.2.1 Definisi Operasional Variabel .....	30
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	31
3.3. Metode Analisis Data .....	32
3.3.1. Uji Validitas.....	32
3.3.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.3.3. Analisis Deskriptif.....	34
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	35
3.3.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	36
3.3.6. Uji ( F ) .....	36
3.3.7. Uji ( t ) .....	37
3.4. Sejarah DG .....	38
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	43
4.1.1. Uji Validitas.....	43
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	46
4.1.3. Analisis Deskriptif.....	47
4.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	51

4.1.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
4.1.6. Uji ( F ) .....	54
4.1.7. Uji ( t ) .....	55
4.2. Pembahasan Hasil .....	59
BAB V. PENUTUP .....	61
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	61
5.3. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN	
Lampiran I	Kuesioner
Lampiran 2	Jurnal penelitian
Lampiran 3	Tabel r tabel
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 6	n:30 dan n:100
Lampiran 7	Surat Ijin Penelitian

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.11.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2.2 Skala Likert .....	31
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	45
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran di Yogyakarta .....	49
Tabel 4.6 Jumlah Responden berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.8. Hasil Uji $R^2$ .....	53
Tabel 4.9. Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.10. Hasil Uji t .....	56
Tabel 4.11. Tabel Hasil Penelitian .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.10 Kerangka Penelitian .....	25

©UKDW

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variable harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan Pembelian sepatu merek DC 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, Pengeluaran perbulan, Pekerjaan. Pertanyaan mengenai variabel terdiri dari 20 pertanyaan yang berisi 4 variabel.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta, sedang variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta.

Kata Kunci : *harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian sepatu merek DC di Yogyakarta*



## **ABSTRACT**

*This study examines the effect of the component variables which consists price, quality product, and brand image to the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. This study took 100 respondents for the samples. The data collected by using Likert scale questionnaire, which has been tested for validity and reliability. Meanwhile, the data analysis method used is multiple linear regression analysis, by using a test of the hypothesis that consists R<sup>2</sup> test, F test and t test. Profile of respondents consisted of: Gender, age, monthly income, occupation. the variables consists of 20 questions that contained 4 variables.*

*Partial results of signification test (t test) showed that brand image and product quality significantly influenced consumers decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. While price does not significantly influence consumers decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. Results of simultaneous signification test (Test F) showed that simultaneous variables price, product quality and brand image significantly influenced consumer of the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta.*

*Keywords : price, quality product, brand image, and of the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta.*

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variable harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan Pembelian sepatu merek DC 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, Pengeluaran perbulan, Pekerjaan. Pertanyaan mengenai variabel terdiri dari 20 pertanyaan yang berisi 4 variabel.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta, sedang variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta.

Kata Kunci : *harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian sepatu merek DC di Yogyakarta*

## **ABSTRACT**

*This study examines the effect of the component variables which consists price, quality product, and brand image to the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. This study took 100 respondents for the samples. The data collected by using Likert scale questionnaire, which has been tested for validity and reliability. Meanwhile, the data analysis method used is multiple linear regression analysis, by using a test of the hypothesis that consists R<sup>2</sup> test, F test and t test. Profile of respondents consisted of: Gender, age, monthly income, occupation. the variables consists of 20 questions that contained 4 variables.*

*Partial results of signification test (t test) showed that brand image and product quality significantly influenced consumers decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. While price does not significantly influence consumers decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta. Results of simultaneous signification test (Test F) showed that simultaneous variables price, product quality and brand image significantly influenced consumer of the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta.*

*Keywords : price, quality product, brand image, and of the decision to buy DC brand shoes in Yogyakarta.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini di pasar sepatu Indonesia terdapat beragam merek sepatu baik lokal maupun impor. Merek-merek sepatu tersebut bersaing dalam harga, kualitas, dan desain guna meraih market share di Indonesia.

Jumlah konsumen sepatu di Indonesia sangat banyak disisi lain, jumlah produsen sepatu juga banyak, yang masing-masing memiliki merek (*brand*). Merek-merek tersebut berfungsi sebagai tanda pengenal atau pembeda, sehingga produk (sepatu) dapat lebih mudah teridentifikasi oleh konsumen (masyarakat). 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. Salah satu hal yang membuat konsumen setia terhadap sepatu jika sepatu yang dibeli berkualitas tinggi. Sepatu di pasaran beranekaragam, namun konsumen akan tetap loyal terhadap merek sepatu yang dianggapnya bermutu tinggi. Loyalitas tersebut biasa dibentuk dari beberapa hal, misalnya pengalaman menggunakan sepatu yang memuaskan

dalam waktu yang lama, sehingga konsumen akan terus menggunakan sepatu tersebut.

Setiap perusahaan mengharapkan setiap produk dapat menjadi sebuah simbol untuk citra merk (brand image) konsumen yang memakainya. Hal ini sesuai dengan fakta bahwa pengaruh atau dampak dari adanya rasa percaya dengan menjadikan simbol suatu merk berhubungan erat dengan adanya penerimaan suatu merk atau dapat menentukan citra merek (*brand image*) konsumen yang memakainya.

Penilaian konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dari sikap konsumen. Sikap merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan penilaian. Dalam penelitian ini sikap merupakan penilaian yang diberikan konsumen terhadap kepuasan dalam menggunakan sepatu DC. Sikap dapat dilihat dari bukti fisik seseorang menggunakan sepatu DC tetapi dapat juga dilihat dari kepuasan seseorang menggunakan sepatu DC. Konsumen akan merasa yakin untuk membeli produk tersebut jika mereka telah melihat, membaca serta mengetahui tentang kualitas dari sepatu DC.

DC adalah perusahaan Amerika Serikat yang mengkhususkan sepatu untuk olahraga ekstrim seperti *skateboardin*, *snoeboarding*, bmx , motocross, rally mobil balap, dan surfing. Perusahaan ini didirikan pada bulan Juni 1994 oleh Damon Way dan Ken Block. pada awalnya berbasis di Carlsbad, CA, kini berbasis di Huntington Beach, California, Amerika Serikat.

Dari uraian diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul  
**“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN**

# **CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DC 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 keputusan pembelian sepatu merek DC di Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek DC di Yogyakarta?
- c. Apakah citra merek ber pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek DC di Yogyakarta?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

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

- a. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian 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 keputusan pembelian konsumen dan membantu manajemen perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

b. Diri Sendiri

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman kepada penulis untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama kuliah khususnya mengenai harga, kualitas produk dan citra merek.

c. 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 keputusan 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 kota Yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sepatu merek DC di Yogyakarta.
- c. Jumlah responden yang dijadikan responden sebanyak 100 responden.
- d. Waktu : February - Mei 2016.
- e. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
  1. Variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian (Y) sepatu DC di Yogyakarta.
  2. Variabel bebas, yaitu Harga ( $x^1$ ), Kualitas Produk ( $x^2$ ) dan Citra Merek ( $x^3$ ).
  3. Mengacu pada jurnal terdahulu yaitu PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP MANIS MEREK BANGO (STUDI KASUS PADA IBU RUMAH TANGGA DI KOMPLEK VILLA MUTIARA JOHOR II DAN TAMAN JOHOR MAS) oleh Nurlisa dan Fivi Rahmatus Sofiyah.



mereplika jurnal tersebut, hanya berbeda pada obyek penelitian .

- f. Teknik pengambilan data dengan teknik purposive sampling.

#### 1.6. Defini Variabel :

- a. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler (2002), Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

- b. Harga ( $x^1$ )

Menurut Kotler (2008:62) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk.

- c. Kualitas Produk ( $x^2$ )

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.

- d. Citra Merek ( $x^3$ )

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

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan keputusan pembelian masyarakat terhadap sepatu merek DC di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari data Profil Responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Wanita, berusia 20-25 tahun, pengeluaran per bulan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, pekerjaan sebagai mahasiswa/i.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek DC di Yogyakarta. Sedangkan, variabel Harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek DC 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. Variabel independen yang diteliti adalah variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek.
- c. 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 versi 17.0 membuktikan bahwa kualitas Produk dan Citra Merek yang dimiliki oleh Perusahaan *DC shoes* sudah sangat baik. Hasil tersebut bisa dilihat dari analisis uji regresi linear berganda ( uji  $R^2$ , uji F, uji t) yang berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek DC 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 63.5%., artinya ada 36.5% variable lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain variable independen yang diteliti penulis sehingga diharapkan perusahaan perlu meningkatkan dan menjauh faktor-faktor lain (variable independen lain) agar

keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu merek DC 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 :

- a. Variabel Merchandise
- b. Variabel Promotion
- c. Variabel Lokasi
- d. Variabel Produk
- e. Dan Variabel Lainnya.

Tentunya, variabel yang ditambahkan harus memiliki hubungan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen seperti misalnya penambahan variabel promosi. Dengan adanya penambahan variabel tersebut diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih berkembang.

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

3. Bila ingin meneliti kinerja DC sebaiknya pada satu varian tertentu / pada sebuah rentang harga tertentu.

4. kuisisioner untuk penelitian selanjutnya pengisian kuisisioner sepatu merek DC diteliti dengan konsumen yang menggunakan produk original bukan replika.

5. 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.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba”, Jurnal, Universitas Gunadarma, Jakarta, 2012.
- 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.
- Nurlisa<sup>1</sup> dan Fivi Rahmatus Sofiyah<sup>2</sup> <sup>1</sup>Alumni FE. 2013. Jurnal Manajemen Pemasaran. Analisis Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek Terhadap keputusan pembelian kecap manis merek banggo (Studi kasus pad ibu rumah tangga di komplek villa mutiara johor II dan taman johor mas)
- 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.
- , p(<http://www.sneakersholic.com/2015/06/sejarah-brand-sepatu-dc-shoes.html> Diakses pada 15 maret 2016)