

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA
UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN
MOJOKERTO**

SKRIPSI

**ACHMAD ROY LEMBARDO
NIM. 5.14.02.03.2.167**



**UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2019**

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA
UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN
MOJOKERTO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Manajemen**

**ACHMAD ROY LEMBARDO
NIM. 5.14.02.03.2.167**

**UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA
UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN
MOJOKERTO**


Oleh :

ACHMAD ROY LEMBARDO
NIM. 5.14.02.03.2.167

Telah Disetujui untuk Diuji

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Hartono, SE., MM
NIDN.07-2502-6001



M. Syamsul Hidayat, SE., MM
NIDN.02-0200-15

Mojokerto, 11 November 2019
Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Budi Utami, SE., MM
NIDN.07-1909-7101

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi dengan judul

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA
UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN
MOJOKERTO**

Oleh :
ACHMAD ROY LEMBARDO
NIM. 5.14.02.03.2.167

Telah Diuji di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 11 November 2019

Susunan Dewan Penguji :

1. **Budi Utami, SE., MM**
NIDN.07-1909-7101

2. **Hartono, SE., MM**
NIDN.07-2502-6001

3. **M. Syamsul Hidayat, SE., MM**
NIDN.02-0200-15

Tanda Tangan



PENGESAHAN

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA
UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN
MOJOKERTO**

SKRIPSI

ACHMAD ROY LEMBARDO
NIM. 5.14.02.03.2.167

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Tanggal 11 November 2019

Ditetapkan di : Mojokerto

Tanggal : 28 November 2019

Yang Menetapkan,
Dekan Fakultas Ekonomi


Eny Setyariningsih, SE., MM
NIDN. 07-0207-6901

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Roy Lembardo
NIM : 5.14.02.03.2.167
Program Studi/Fakultas/Universitas : Manajemen/Ekonomi/Universitas
Islam Majapahit
Judul Skripsi : Analisis variabel-variabel yang
mempengaruhi Keputusan Konsumen
dalam Membeli Sepatu Merek Boots
pada UMKM UD. Wardana
Surodinawan Mojokerto

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul
sebagaimana diatas adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik
yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar dan bebas dari
unsur plagiarisme sesuai UU RI No. 1 Tahun 2010 tentang pencegahan dan
penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Mojokerto, 05 September 2019

Penulis.



AHMAD ROY LEMBARDO
NIM: 5.14.02.03.2.167

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Roy Lombardo
NIM : 5.14.02.03.2.167
Program Studi/Fakultas/Universitas : Manajemen/Ekonomi/Universitas
Islam Majapahit
Judul Skripsi : Analisis variabel-variabel yang
mempengaruhi Keputusan Konsumen
dalam Membeli Sepatu Merek Boots
pada UMKM UD. Wardana
Surodinawan Mojokerto

Menyatakan memberikan izin kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Majapahit (UNIM) untuk menyimpan, mengalih-media, memformat, merawat dan
mempublikasikan karya ilmiah yang saya susun berupa skripsi, baik berupa
cetak maupun digital, untuk kepentingan pendidikan pengajaran, penelitian, dan
pengabdian masyarakat.

Demikian pernyataan ini dibuat sesungguhnya dan tanpa ada paksaan.

Mojokerto, 05 September 2019

Penulis,



ACHMAD ROY LOMBARDO
NIM: 5.14.02.03.2.167

RIWAYAT HIDUP

ACHMAD ROY LEMBARDO, penulis skripsi dengan judul “Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepatu Merek Boots pada UMKM UD. Wardana Surodinawan Mojokerto” dilahirkan di Mojokerto pada tanggal 05April 1995, merupakan putra Pertama dari dua bersaudara yaitu dari pasangan Bapak Umbaran dan Ibu Agustina.

Pendidikan formal penulis dimulai dari SDN Prajurit Kulon lulus pada tahun 2007 dan melanjutkan ke SMPN03 Mojokerto dan lulus pada Tahun 2010 setelah itu melanjutkan ke SMA PGRI 1 Mojokerto dan lulus pada Tahun 2013. Pada tahun 2014 penulis langsung masuk perguruan tinggi di Universitas Islam Majapahit Mojokerto mengambil Fakultas Ekonomi program studi Manajemen.

HALAMAN UCAPAN TERIMAH KASIH

Ucapan terimakasih saya ucapkan kepada pihak yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Kedua Orang Tua
2. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II
3. Semua rekan-rekan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto: "Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri."

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan do'a:

1. Teruntuk ayah danibuku yang semoga sudah memberikan yang terbaik, semoga bisa merasakan kebahagiaan dan kebangganini, semua ini aku persembahkan untuk kalian.
2. Sahabat-sahabatku yang sudah membantu, mendoakan dan selalu memberi semangat dan dorongan hingga aku sampai di titik ini.
3. Almamater Universitas Islam Majapahit Mojokerto

ABSTRAK

LEMBARDO, ACHMAD ROY. 2019. Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepatu Merek Boots pada UMKM UD. Wardana Surodinawan Mojokerto. **Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit (UNIM).**

Pembimbing I : Hartono, SE., MM

Pembimbing II : M. Syamsul Hidayat, SE., MM

Pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan, parsial dan dominan faktor kualitas produk, desain produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 150 orang kemudian dihitung menggunakan rumus di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 109 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dengan variabel kualitas produk, desain produk, harga, dan *brand image* dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ yang artinya berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial variabel kualitas produk nilai signifikansinya $0.000 < 0.05$ artinya terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, variabel desain produk nilai signifikansinya $0.002 < 0.05$ terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, variabel harga nilai signifikansinya $0.003 < 0.05$ terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan *brand image* nilai signifikansinya $0.000 < 0.05$ terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara dominan variabel kualitas produk lebih dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $0.337 \geq$, sedangkan variabel desain produk dengan nilai 0.192, variabel harga dengan nilai 0.187, dan variabel *Brand Image* dengan nilai 0.300 terhadap keputusan pembelian di UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN MOJOKERTO.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Desain Produk, Harga, Brand Image dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

ABSTRACT

LEMBARDO, ACHMAD ROY. 2019. *Analysis of the variables that influence Consumer Decisions in Buying Boots Brand Boots at UMKM UD. WardanaSurodinawanMojokerto.* **Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics, Islamic University of Majapahit (UNIM).**

Advisor I : Hartono, SE., MM

Advisor II :M. Syamsul Hidayat, SE., MM

Purchasing decision making is an individual activity directly involved in obtaining and using the goods offered. The purpose of this study is to study and analyze the simultaneous, partial and dominant factors of product quality, product design, price and brand image on purchasing decisions. This research design uses quantitative. The population of this study proved that 150 people were then counted using the formula above, so the number of samples used in this study was 109 respondents. The results showed that the variable product quality, product design, price, and brand image with a significance value of $0.001 < 0.05$, which means related to the purchase decision. While the product quality variable has a significance value of $0,000 < 0.05$ related to the influence on purchasing decisions, the product design variable has a significance value of $0.002 < 0.05$ related to the purchase decision, the significant price variable price of $0.003 < 0.05$, and brand image. $0,000 < 0.05$. While the dominant variable of product quality is more dominant to the purchase decision with a value of 0.337 sedangkan, while the product design variable with a value of 0.192 , the price variable with a value of 0.187 , and the Brand Image variable with a value of 0.300 to the purchasing decision at UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN MOJOKERTO.

Keywords: *Product Quality, Product Design, Price, Brand Image and Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Penyayang, puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul **“ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN MOJOKERTO”** ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Mojokerto.

Selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Rachman Sidharta Arisandi, S.IP.,M.Si selaku rektor Universitas Islam Majapahit.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit Mojokerto, Ibu Eny Setyariningsih, SE., MM yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program Skripsi
3. Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Budi Utami, SE., MM yang telah memberi izin dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Hartono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak M. Syamsul Hidayat, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan pada penulisan skripsi ini.

6. Kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu memberikan doa padaku.

7. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit.

Sebagaimana manusia yang kurang sempurna, penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun, demi lebih sempurnanya penulisan Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penuliskhususnya dan pembaca pada umumnya.

Mojokerto, 05 September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEORSINILAN PENELITIAN	v
HALAMAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I :PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakangPenelitian.....	1
B. RumusanMasalah.....	3
C. TujuanPenelitian.....	4
D. ManfaatPenelitian.....	4
BAB II :TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. PenelitianSebelumnya yang Terkait.....	6

B.	LandasanTeori	8
	1. Manajemenpemasaran	8
	2. KualitasProduk.....	13
	a. PengertianKualitasProduk.....	13
	b. IndikatorKualitasProduk	15
	c. AlasanMemproduksiProdukBerkualitas	16
	3. DesainProduk	17
	a. PengertianDesainProduk	17
	b. TujuanDesain.....	18
	c. IndikatorDesain	19
	4. Harga.....	21
	a. PengertianHarga.....	21
	b. Faktor-Faktor yang MempengaruhiPenetapanHarga..	25
	5. <i>Brand Image</i>	27
	a. Pengertian <i>Brand</i>	27
	b. <i>Brand Image</i>	28
	c. Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	29
	d. Tujuan <i>Brand Image</i>	31
	e. StrategiPencitraanMerek.....	31
	f. Indikator <i>Brand Image</i>	32
	6. KeputusanPembelian.....	33
	a. PengertianKeputusanPembelian	33
	b. Tahap-tahap Proses PengambilanKeputusan	33
	c. IndikatorKeputusanPembelian	35
C.	KerangkaPikirPenelitian.....	35
D.	Hipotesis.....	36

BAB III :METODE PENELITIAN.....	38
A. DesainPenelitian	38
B. PopulasidanSampel.....	40
C. JenisdanSumber Data	41
D. VariabeldanDefinisiOperasionalVariabel.....	41
1. Variabel	42
2. DefinisiOperasionalVariabel.....	42
E. InstrumenPenelitian.....	43
F. Analisis Data	44
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
A. HasilPenelitian.....	50
1. GambaranUmumObyekPenelitian	50
2. KarakteristikResponden.....	53
3. HasilUjiInstrumen	54
4. UjiAsumsiKlasik	60
5. UjiAnalisisRegresiLinier Berganda.....	65
6. UjiHipotesis	67
7. UjiKoefisien R Determinasi	70
B. Pembahasan	71
BAB V: PENUTUP	76
A. Simpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitianterdahulu	6
Tabel 4.1	Data Volume PenjualanPadaTahun 2013-2015	52
Tabel 4.2	KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin	53
Tabel 4.3	KarakteristikRespondenberdasarkanusia	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel KualitasProduk (X_1)	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel DesainProduk (X_2)	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X_4)	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel KeputusanPembelian (Y)	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel KualitasProduk (X_1)	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel DesainProduk (X_2)	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_3)	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X_4)	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusanpembelian (Y)...	60
Tabel 4.14	UjiNormalitasKolmogorov Smirnov	61
Tabel 4.15	HasilUjiMultikolineritas	62
Tabel 4.16	HasilUjiAutokorelasi	64
Tabel 4.17	HasilUjiLineritas	64
Tabel 4.18	UjiAnalisisRegresiLinier Berganda	66
Tabel 4.19	HasilUjiHipotesisPertama (Uji F atauSimultan)	67
Tabel 4.20	HasilUjiHipotesisKedua (Uji t atauparsial)	68
Tabel 4.21	HasilUjiHipotesisKetiga (UjiDominan)	69
Tabel 4.22	HasilUjiR Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar: 2.1	Kerangka Konseptual	36
Gambar: 4.1	P-plot	61
Gambar: 4.2	Scatterplot.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran1 :Kuisisioner.....	79
Lampiran2 :TabulasiJawabanResponden.....	82
Lampiran3 :Hasil Output SPSS.....	96