

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	II
MOTTO	III
HALAMAN PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
F. Kerangka Teori	18
1. Teori yang Digunakan	18
2. Desain Produk	19
a. Pengertian Produk	19
b. Klasifikasi Produk	20
c. Atribut Produk	22
d. Desain Produk	25
3. Harga	29
a. Dimensi Strategi Harga	30
b. Tujuan Penetapan Harga	31
c. Isu-isu Sentral Dalam Penetapan Harga	32

d.	Apek Pengukuran Harga	34
e.	Strategi Penetapan Harga	36
4.	Merek dan Citra Merek	37
a.	Pengertian Merek	37
b.	Pengertian Citra Merek	38
c.	Komponen Citra Merek	39
d.	Peran dan Manfaat Merek	40
5.	Keputusan Pembelian.....	42
a.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	42
b.	Jenis Jenis Keputusan Pembelian.....	43
c.	Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	46
G.	Hubungan Antar Variabel	47
1.	Pengaruh Desain Produk terhadap Citra Merek	47
2.	Pengaruh Harga terhadap Citra merek	48
3.	Pengaruh Desain produk terhadap keputusan pembelian	49
4.	Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	50
5.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	51
6.	Pengaruh Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
7.	Pengaruh Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
H.	Kerangka Pemikiran	54
I.	Hipotesis	55
J.	Definisi Konsep dan Definisi Operasional	56
1.	Definisi Konsep.....	56
2.	Definisi Operasional	57
K.	Metode Penelitian	64
1.	Tipe Penelitian	64
2.	Ruang Lingkup Penelitian.....	64
3.	Alasan Pemilihan Objek Studi	64
4.	Sumber Data.....	64
5.	Teknik Pengumpulan Data.....	65
6.	Populasi dan Sample	66
8.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	67

a.	Uji Validitas	67
b.	Uji Reliabilitas	68
9.	Uji Asumsi Klasik	68
a.	Uji Multikolinearitas	69
b.	Uji Heterokedastisitas	69
c.	Uji Normalitas	70
10.	Teknik Analisis Data	70
a.	Analisis Statistik Deskriptif	70
b.	Analisis Statistik Inferensial	70
c.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	71
11.	Uji Hipotesis	72
12.	Uji Sobel	73
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		75
A.	Sejarah Sepatu Converse	75
1.	Model sepatu <i>Converse</i>	78
2.	Logo Perusahaan <i>Converse</i>	80
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		81
A.	Karakteristik Responden	81
1.	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	81
2.	Usia Responden	82
3.	Pendidikan Terakhir Responden	82
4.	Pengeluaran Perbulan Responden	83
B.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	84
1.	Uji Validitas	84
2.	Uji Reabilitas	86
C.	Uji Asumsi Klasik	86
1.	Uji Multikolinearitas	86
2.	Uji Heteroskedastisitas	87
3.	Uji Normalitas	88
D.	Analisis Statistik Deskriptif	89
1.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Desain Produk	91
2.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga	98
3.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	105

4.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	114
E.	Analisis Uji Regresi	124
1.	Analisis Regresi Model Model Persamaan 1	124
a.	Pengaruh Desain Produk (X_1) terhadap Citra Merek (Z).....	124
2.	Analisis Regresi Model Model Persamaan 2	126
a.	Pengaruh Harga (X_2) terhadap Citra Merek (Z).....	126
3.	Analisa Regresi Model Persamaan 3	128
a.	Pengaruh Desain Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	128
4.	Analisis Regresi Model Persamaan 4	130
a.	Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	130
5.	Analisis Regresi Model Persamaan 5	132
a.	Pengaruh Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	132
F.	Pengaruh Tidak Langsung (Uji Sobel)	136
1.	Perhitungan Desain Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	137
2.	Perhitungan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	137
G.	Pembahasan	138
1.	Pengaruh Desain Produk terhadap Citra Merek	138
2.	Pengaruh Harga terhadap Citra Merek	139
3.	Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	141
4.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	142
5.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	143
6.	Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	144
7.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek .	145
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		147
A.	Kesimpulan	147
B.	Saran	148
DAFTAR PUSTAKA		153

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model tahap proses keputusan pembelian	46
Gambar 1.2 Model Kerangka Pemikiran	54
Gambar 1.3 Model Analisis Jalur	71
Gambar 2.1 Desain Sepatu All Star Karya Chuck Taylor	76
Gambar 2.2 Variasi Desain Bentuk Sepatu All Star	77
Gambar 2.3 Model Converse All-Star	79
Gambar 2.4 Model Sepatu Converse Jack Purchel	80
Gambar 2.5 Logo Converse	80
Gambar 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Gambar 3.2 Model Akhir Analisis Jalur (Path Analysis)	135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar harga minimal penjualan sepatu <i>casual</i> dari berbagai merek di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Top Brand Index Merek Sepatu Menurut Top Brand Award Indonesia Tahun 2016-2017.....	6
Tabel 1.3 Daftar Penelitian Terdahulu Menurut Judul, Teknik Analisis Data dan Hasil	16
Tabel 1.4 Tabel Grand Teori Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Citra Merek dan dampaknya pada Keputusan Pembelian	59
Tabel 1.5 Ukuran Skala Likert	65
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Pelanggan Store Converse Hartono Mall Yogyakarta	81
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia pada pelanggan store converse Hartono Mall Yogyakarta	82
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir pelanggan store converse Hartono Mall Yogyakarta	83
Tabel 3.4 Karakteristik responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan Responden Pelanggan store converse Hartono Mall Yogyakarta	83
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	85
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel 3.7 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 3.8 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 3.9 Skala Pengukuran Nilai Rata-Rata Item Variabel.....	91

Tabel 3.10 Tanggapan responden tentang desain sepatu converse memiliki fungsi kegunaan yang sesuai dengan harapan saya.	91
Tabel 3.11 Tanggapan responden terhadap pernyataan fungsi desain sepatu converse menjadi ciri khas sepatu converse	92
Tabel 3.12 Tanggapan responden terhadap pernyataan desain sepatu converse memiliki desain yang trendi	93
Tabel 3.13 Tanggapan responden terhadap pernyataan desain sepatu converse memiliki desain warna yang menarik dan bervariasi	94
Tabel 3.14 Tanggapan responden terhadap pernyataan desain sepatu converse mempunyai ciri khas yang menjadi daya tarik tersendiri bagi sepatu converse	95
Tabel 3.15 Tanggapan responden terhadap pernyataan desain sepatu converse memiliki model yang bervariasi	96
Tabel 3.16 Rekapitulasi rata-rata Variabel Desain Produk	97
Tabel 3.17 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga sepatu converse bervariasi dibanding dengan merek lain	98
Tabel 3.18 Tanggapan responden terhadap pernyataan semakin bagus desain sepatu converse semakin tinggi harga yang di tawarkan	99
Tabel 3.19 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga yang ditawarkan sepatu converse sesuai dengan kualitasnya	100
Tabel 3.20 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga sepatu converse sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	101

Tabel 3.21 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga sepatu converse lebih terjangkau daripada pesaing sepatu converse	102
Tabel 3.22 Tanggapan responden terhadap pernyataan harga sepatu converse dapat bersaing dengan produk lain	103
Tabel 3.23 Rekapitulasi Rata-Rata Item Variabel Harga	104
Tabel 3.24 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse memiliki citra perusahaan yang baik di Indonesia	105
Tabel 3.25 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse memiliki layanan perusahaan yang cepat untuk konsumen	106
Tabel 3.26 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse memiliki citra pasar yang baik di Indonesia.....	107
Tabel 3.27 Tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan sepatu converse membuat lebih merasa percaya diri	108
Tabel 3.28 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse menjadi salah satu sepatu favorit yang di pilih kalangan anak muda	109
Tabel 3.29 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse mempunyai kualitas produk yang baik	110
Tabel 3.30 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse merupakan salah satu produk yang bergengsi	111
Tabel 3.31 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse mudah di ingat	112
Tabel 3.32 Rekapitulasi Rata-Rata Item Variabel Citra Merek	113

Tabel 3.33 Tanggapan responden terhadap pernyataan kebutuhan saya terhadap sepatu converse tinggi.....	114
Tabel 3.34 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse memiliki store resmi di seluruh Indonesia	115
Tabel 3.35 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli sepatu converse karena direkomendasikan orang terdekat saya	116
Tabel 3.36 Tanggapan responden terhadap pernyataan sepatu converse menjadi pilihan alternatif saya dibandingkan merek lain	117
Tabel 3.37 Tanggapan responden terhadap pernyataan memutuskan untuk membeli sepatu converse setelah mengevaluasi beberapa alternatif ...	118
Tabel 3.38 Tanggapan responden terhadap pernyataan merasa yakin atas keputusan pembelian produk sepatu converse	119
Tabel 3.39 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa puas akan produk sepatu converse	120
Tabel 3.40 Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merekomendasikan produk sepatu converse ke orang lain.....	121
Tabel 3.41 Tanggapan responden terhadap pernyataan selalu melakukan pembelian ulang kembali produk sepatu converse	122
Tabel 3.42 Rekapitulasi Rata-Rata Item Variabel Keputusan Pembelian	123
Tabel 3.43 Hasil Analisis Regresi Sederhana	124
Tabel 3.44 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi	125
Tabel 3.45 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	126

Tabel 3.46 Hasil Analisis Regresi Sederhana	126
Tabel 3.47 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi	127
Tabel 3.48 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	128
Tabel 3.49 Hasil Analisis Regresi Sederhana	128
Tabel 3.50 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi	129
Tabel 3.51 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	130
Tabel 3.52 Hasil Analisis Regresi Sederhana	131
Tabel 3.53 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi	131
Tabel 3.54 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	132
Tabel 3.55 Hasil Analisis Regresi Sederhana	133
Tabel 3.56 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi	134
Tabel 3.57 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	134