

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP NIAT BELI SEPATU VENTELA
(STUDI PADA GENERASI Z DI YOGYAKARTA)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Stanislaus Steven Setyaputra

NPM: 180324070

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Skripsi
Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Sepatu
Ventela

(Studi pada Generasi Z di Yogyakarta)



Disusun Oleh:

STANISLAUS STEVEN SETYAPUTRA

NPM: 18 03 24070

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Th. Diah Widiastuti', is written over a white background.

Th. Diah Widiastuti S.E., M.Si

Yogyakarta, 15 November 2022

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP NIAT BELI SEPATU VENTELA**

(Studi pada Generasi Z di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

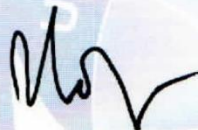
Stanislaus Steven Setyaputra

NPM: 18 03 24070

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal, 12 Desember 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi
Manajemen

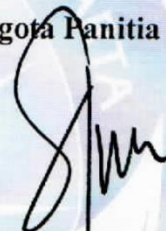
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. C Handoyo Wibisono, M.M., CSA.

Anggota Panitia Penguji




Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

**Yogyakarta, 12 Desember 2022
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI SEPATU VENTELA (STUDI PADA GENERASI Z DI YOGYAKARTA)

Benar-benar hasil karya sastra saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 November 2022

Yang menyatakana,



Stanislaus Steven Setyaputra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala anugerah, berkat, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat dan kasih-Nya dalam keadaan apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, memberikan masukan, bimbingan, kritik, dan saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Seluruh dosen, karyawan, staff, dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan layanan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Keluarga tercinta, papa, mama, dan adik yang telah memberikan dukungan, nasihat, kasih sayang, doa, dan semangat selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat tersayang, Aldi, Riven, Nyo, Yovie, Jackson, Kristian, Gabriel, Samuel, dan Otniel yang selalu memberikan dukungan, bantuan, saran, dan doa kepada penulis setiap waktunya.
6. Seluruh keluarga besar DBL Academy Jogja yang telah memberikan banyak pengalaman dan bantuan selama penulis bekerja di Yogyakarta.
7. Ko Andika Bastian dan keluarga yang telah memberikan semangat dan bantuan untuk mendapatkan beasiswa di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Seluruh keluarga besar UKM UAJY *Basketball* yang telah memberikan pengalaman berharga dan keseruan selama mengikuti kegiatan bola basket di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Teman-teman kuliah yang telah membantu dan menemani selama masa perkuliahan serta selalu memberikan dukungan, nasihat, dan berbagai cerita selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk dapat mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Yogyakarta, 15 November 2022

Penulis



Stanislaus Steven Setyaputra



DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| HALAMAN JUDUL | 1 |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| Abstrak | x |
| BAB I | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Penelitian | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |
| 2.1. Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1. Citra Merek (Brand Image) | 8 |
| 2.1.2. Desain Produk (Design Product)..... | 8 |
| 2.1.3. Persepsi Harga..... | 9 |
| 2.1.4. Niat Beli (Purchase Intention)..... | 9 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu dan Acuan | 10 |
| 2.3. Kerangka Penelitian | 13 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis | 13 |
| 2.4.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Sepatu Ventela | 14 |
| 2.4.2. Pengaruh Desain Produk terhadap Niat Beli Sepatu Ventela | 14 |
| 2.4.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Niat Beli Sepatu Ventela..... | 15 |
| BAB III | 16 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 16 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 16 |
| 3.2.1. Populasi..... | 16 |
| 3.2.2. Sampel..... | 16 |
| 3.3. Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran | 17 |
| 3.3.1. Data Primer | 17 |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 3.3.2. Data Sekunder | 17 |
| 3.3.3. Skala Pengukuran | 17 |
| 3.4. Pengembangan Instrumen Penelitian | 17 |
| 3.5. Prosedur Pengambilan Data | 20 |
| 3.6. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis | 20 |
| 3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 20 |
| 3.6.2. Analisis Deskriptif..... | 20 |
| 3.6.3. Analisis Linear Berganda | 22 |
| 3.6.4. Uji Goodness of Fit (Uji F)..... | 22 |
| 3.6.5. Uji t..... | 23 |
| 3.6.6. Koefisien Korelasi (R) dan determinasi (R ²) | 23 |
| 3.6.7. Uji Asumsi Klasik..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV | 25 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 25 |
| 4.1.1. Sejarah Sepatu Ventela..... | 25 |
| 4.1.2. Strategi Pemasaran Sepatu Ventela..... | 25 |
| 4.1.3. Generasi Z | 26 |
| 4.1.4. Gambaran Umum Responden..... | 27 |
| 4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian..... | 29 |
| 4.2.1. Hasil Uji Validitas | 29 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 30 |
| 4.3. Hasil Penelitian | 31 |
| 4.3.1. Analisis Deskriptif..... | 31 |
| 4.3.2. Analisis Regresi Linear Berganda..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.3. Hasil Uji F..... | 33 |
| 4.3.4. Hasil Uji t..... | 34 |
| 4.3.5. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 35 |
| 4.4. Pembahasan..... | 36 |
| 4.4.1. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli..... | 36 |
| 4.4.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Sepatu Ventela | 37 |
| 4.4.3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Ventela | 37 |
| 4.4.4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Sepatu Ventela | 38 |
| BAB V..... | 42 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 42 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian..... | 43 |
| 5.3. Implikasi Manajerial | 43 |
| 5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya | 44 |

DAFTAR PUSTAKA..... 45
LAMPIRAN 50

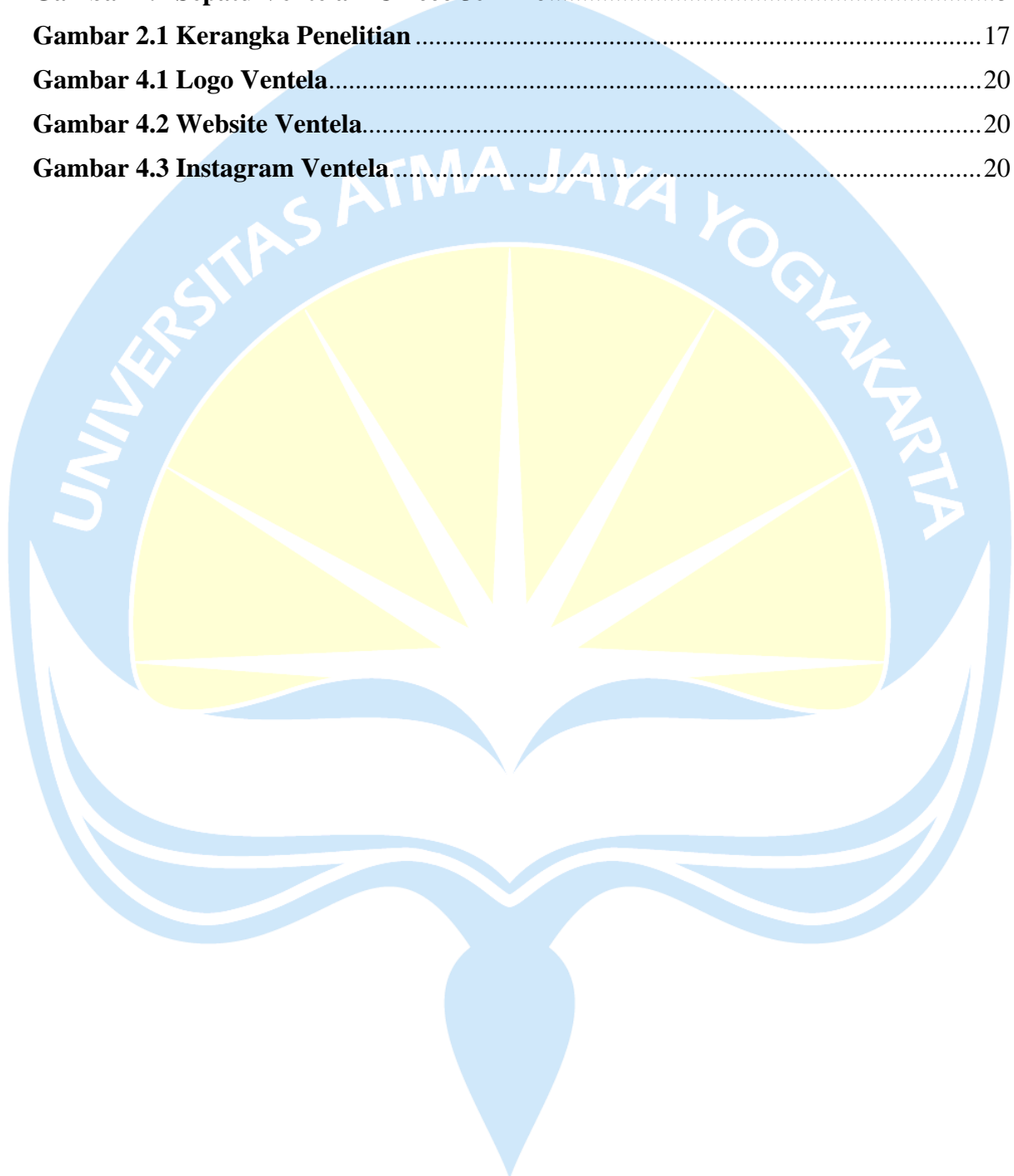


DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Merek Sepatu Lokal Terbaik di Indonesia tahun 2022 | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 3.1 Pengembangan Instrumen Penelitian | 20 |
| Tabel 3.2 Interval Data dan Penggolongan Persepsi Responden | 20 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 20 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 20 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 20 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan | 20 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas | 20 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 20 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek | 31 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Desain Produk | 32 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Persepsi Harga | 32 |
| Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Niat Beli | 33 |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 34 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji F | 34 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji t | 35 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 36 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik Peminat Sepatu Ventela Tahun 2022 | 3 |
| Gambar 1.2 Sepatu Ventela x Evil Army <i>with</i> Papa Gading | 4 |
| Gambar 1.3 Ventela Sang Sekerta..... | 5 |
| Gambar 1.4 Sepatu Ventela x Chicco Jerikho..... | 5 |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian | 17 |
| Gambar 4.1 Logo Ventela..... | 20 |
| Gambar 4.2 Website Ventela..... | 20 |
| Gambar 4.3 Instagram Ventela..... | 20 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 50 |
| Lampiran 2 Hasil Olah Data Uji SPSS..... | 54 |
| Lampiran 3 Data dan Jawaban Responden..... | 61 |



**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP NIAT BELI SEPATU VENTELA GENERAZI Z DI YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Stanislaus Steven Setyaputra

NPM: 180324070

Pembimbing: Th. Diah Widiastuti S.E., M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh citra merek, desain produk, dan persepsi harga terhadap niat beli sepatu Ventela pada generasi Z di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penentuan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan *purposive sampling* sebanyak 80 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji regresi linier berganda dengan metode *backward*, uji koefisien korelasi dan determinasi, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, desain produk, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli sepatu Ventela pada generasi Z di Yogyakarta.

Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Persepsi Harga, Niat Beli. (Eka, 2021)