

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SEPATU COMPASS**

(Survey Pada Mahasiswa Jogja Yang Menggunakan Sepatu Compass)

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1

Pada Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

FACHRUROZI ROCHADI NOTOARDHI

21.16.28834

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU COMPPAS (Survey pada Mahasiswa Jogja yang Menggunakan Sepatu Compass)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

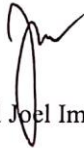
FACHRUROZI ROCHADI NOTOARDHI

No. Mhs.: 211628834

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Senin, 22 Pebruari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing,



Daniel Joel Immanuel Kairupan, S.AB., MBA

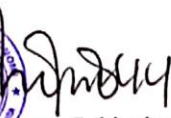
Ketua/Penguji,



Dr. Miswanto, M.Si.



Yogyakarta, 22 Maret 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Hartono Subiyakto, M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU COMPASS

(Survey Pada Mahasiswa Jogja Yang Menggunakan Sepatu Compass)

FACHRUROZI ROCHADI NOTOARDHI

211628834

Program Studi Manajemen sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli sepatu Compass. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Yogyakarta yang sedang atau pernah menggunakan sepatu Compass. Sampel responden sebanyak 100 orang dengan Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden melalui Google form tentang citra merek, kualitas produk, harga, dan minat beli.

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hipotesis diuji dengan uji F, uji t dan uji R². Hasil penelitian menunjukkan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Variabel independen citra merek, kualitas produk, dan harga mampu menjelaskan variabel dependen minat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

beli sebesar 60,2% dan 39,8% lainnya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, and price on buying interest in Compass shoes. The population in this study were students in Yogyakarta who are currently or have used Compass shoes. The sample of respondents was 100 people. Data collection was done by providing a list of questions to respondents via Google form about brand image, product quality, price, and purchase intention.

This study uses multiple linear regression analysis tools. Hypotheses were tested with the F test, t test and R2 test. The results showed that brand image has a positive and significant effect on purchase intention, product quality has a positive and significant effect on purchase intention, price has a positive and significant effect on purchase intention. The independent variables of brand image, product quality, and price are able to explain the dependent variable of buying interest by 60.2% and the other 39.8% are explained by other variables that are not in this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase Intention

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Meningkatnya permintaan produk sepatu terutama di Indonesia mengakibatkan perusahaan sepatu lokal tidak kalah saing dengan produk buatan luar negeri. Hal ini terbukti pada pameran Jakarta *Sneaker Day* 2019. Ketua BPIPI, Heru Budi Susanto menyatakan bahwa pada tahun 2018, Indonesia menduduki peringkat ke enam negara eksportir sepatu sedunia. Jumlah itu meningkat dua kali lipat dari tahun sebelumnya (Syahrin, 2019). Hal itu didukung dengan banyaknya bermunculan merek lokal di Indonesia yang semakin berkembang. Salah satunya adalah sepatu Compass. Pengamat *sneaker* Tirta Mandira Hudhi atau lebih dikenal dengan Dr.Tirta menyebutkan setidaknya ada 5 sepatu merek lokal terbaik di tahun ini yaitu Ventela, League, Piero, Compass, Sagara Boots (Tashandra, 2020).

Dari berbagai macam merek sepatu lokal yang menjadi salah satu merek sepatu yang paling diburu oleh penggemar sepatu di Indonesia yaitu sepatu Compass (Tashandra, 2020). Karena selain dari disain sepatu yang di keluarkan oleh sepatu Compass dan berkolaborasi dengan orang yang memiliki banyak pengikut atau idola, harga sepatu Compass yang murah dan harga jual ulang yang tinggi menjadikan sepatu ini banyak digemari anak muda sekarang. Putra, satu dari dua pemilik akun *reseller* sepatu bernama Rassvetzy telah berjualan sepatu Compass sejak awal 2019. Pada saat awal membangun usaha, Putra hanya mengambil untung Rp.50.000 dari sepatu Compass saat itu masih sangat sulit. Namun Saat merek Compass mulai terkenal sepatu yang seharga Rp.200.000, dijual kembali Rp.500.000 menjadi incaran konsumen (Kumaran, 2019).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada merek sepatu Compass, sepatu Compass menghadirkan berbagai macam disain dan kualitas yang berbeda pada setiap disain yang di keluarkan. Sebagai contoh produk Compass model *Gazelle* memakai bahan *upper canvas* dan *vulcanized* sol yang menjadikan nyaman saat digunakan dan tahan lama sedangkan pada model *Research & Destroy* ada tambahan detail ritseliting di sisi kanan yang menjadi nilai tambah keunikan dalam sebuah sepatu Compass.

Harga merupakan total dari uang yang digunakan demi memperoleh suatu *product* ataupun jasa. Berdasarkan penjelasan tersebut bisa disebut harga adalah total harga yang pelanggan tukarkan untuk memperoleh keuntungan setelah mempunyai atau memakai *product* atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2001). Harga sangat penting bagi pemasaran dan pengembangan total produk yang ditawarkan serta merupakan salah satu dari anggota dalam *marketing mix*.

Sepatu Compass memberikan harga yang terjangkau dan bervariasi dalam setiap jenis modelnya, sebagai contoh:



Gambar 1.1 Harga Sepatu Compass

Sumber: www.sepatucompass.com

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dengan harga yang terjangkau sepatu Compass memberikan manfaat banyak seperti disain warnanya yang lucu dan kualitas yang bagus serta keunggulan dari harga yang bisa dijual lebih mahal lagi menjadikan peminat sepatu Compass di Indonesia banyak. Berdasarkan pemaparan di atas peneliti akan melangsungkan penelitian terkait **“pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat pembelian pada sepatu compass”**.

Rumusan Masalah

Bersumber pada pemaparan di atas, bisa diperoleh rumusan permasalahan penelitian ini yakni:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli sepatu Compass di Jogjakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli sepatu Compass di Jogjakarta?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Compass di Jogjakarta?

TINJAUAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Menurut (Sudaryono, 2016) pemasaran adalah proses untuk mendapatkan keperluan dan kemauan individu dan kelompok dengan menggunakan cara membuat, memasarkan dan saling bertukar dengan sesuatu yang memiliki nilai satu sama dengan lainnya . Penjual harus menciptakan atau membuat hubungan antara penjual dan pembeli supaya bisa terjadi pertukaran yang saling menguntungkan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengertian Citra Merek

Citra merek menggambarkan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan. Baik buruknya suatu perusahaan ditentukan oleh citra merek yang dimilikinya, sehingga dengan adanya citra merek yang baik yang dimiliki oleh perusahaan akan meyakinkan kepada pelanggan untuk percaya terhadap produk yang ditawarkan. Definisi tersebut diperkuat oleh (Majid, 2009) yang berpendapat bahwa citra merek merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki konsumen terhadap merek.

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Menurut (Machfoedz, Mas'ud dan Machfoedz, 2004) menandakan kemampuan dari produk untuk melaksanakan peranannya berupa kekuatannya, keunggulan, kemudahan dalam penggunaannya dan perbaikan *product* jika rusak, dan sifat lainnya. Kualitas produk perlu diutamakan oleh perusahaan untuk membangun kepercayaan terhadap konsumen, oleh sebab itu dengan kualitas produk yang baik konsumen dapat mudah percaya terhadap produk perusahaan tawarkan yang nantinya akan menambah tingkat pembelian produk. Produk berkualitas dengan nilai yang dihasilkan baik, menjadikan pelanggan menjadi lebih puas dan *product* akan mudah diterima oleh konsumen.

Pengertian Harga

Harga menurut (Swastha, 1984) adalah total nominal uang yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Pendapat lainnya dari (Oentoro, 2012) berpendapat *price* merupakan alat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tukar yang dapat disetarakan dengan uang atau *product* lainnya demi mendapatkan fungsi yang didapatkan jika konsumen memiliki suatu barang atau jasa atas waktu dan tempat tertentu.

Pengertian Minat Beli

Minat beli menggambarkan faktor pembentuk seseorang dalam pembelian suatu produk, perusahaan harus memikirkan faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan laba. Pendapat dari (Mustapa *et. al*, 2018) minat beli adalah bentuk sikap kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan suatu merek dan memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu *product* atau merek.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perusahaan perlu memperhatikan citra merek yang dimiliki, karena jika citra merek perusahaan baik maka akan menimbulkan kesan baik kepada konsumen yang nantinya konsumen akan yakin dengan produk perusahaan tawarkan. Melalui citra merek yang baik menjadikan penjualan produk perusahaan mengalami peningkatan, hal itu dikarenakan jika citra merek bagus pelanggan menjadi lebih yakin sehingga minat beli terhadap *product* meningkat.

berlandaskan paparan di atas, hipotesis dari studi ini yakni:

H1: Citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli

Kualitas produk mempunyai pengaruh besar terhadap minat pembelian konsumen, kualitas produk menggambarkan faktor yang dipilih konsumen dalam memilih salah satu *product*. *Product* dengan kualitas baik cenderung lebih disukai oleh konsumen karena nilai atau manfaatnya lebih

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tinggi dari produk lainnya dan kualitas produk dapat digunakan perusahaan untuk menjadi faktor pembeda dari produk pesaing, perusahaan wajib memikirkan kualitas produk supaya dapat menaikkan penjualan.

Sehingga hipotesis bisa dirumuskan sebagai berikut:

H2: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli

Harga yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen, penetapan harga juga dapat dijadikan menjadikan faktor pembeda harga yang ditetapkan oleh pesaing. Perusahaan harus tepat dalam menetapkan harga pasar dengan kualitas produk yang dimiliki, karena pada dasarnya konsumen menilai harga dari kualitas atau manfaat produk yang dihasilkan.

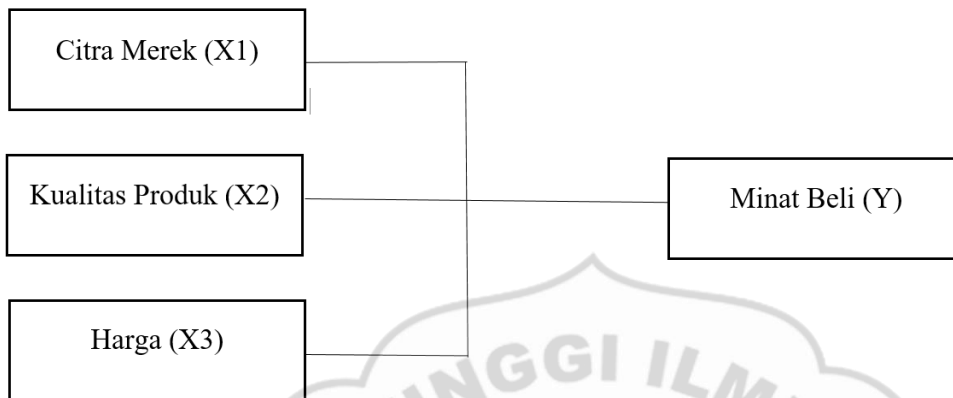
Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Harga berpengaruh positif terhadap minat beli

MODEL PENELITIAN

Model penelitian bisa digambarkan sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Pada studi ini sebagai populasinya yakni mahasiswa yang berlokasi di Jogja yang sedang atau pernah menggunakan sepatu merek Compass. Populasi dalam penelitian ini termasuk sangat banyak (*infinite*). Peneliti menggunakan sampel sejumlah 100 responden yang telah dipertimbangkan sehingga jumlahnya untuk mewakili populasi sudah cukup.

Sampel dan Data Penelitian

Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam penentuan jumlah sampel. Menurut (Algifari, 2013) *Purposive Sampling* yakni teknik pengumpulan sampel menggunakan pertimbangan dan dengan tujuan yang telah ditentukan oleh peneliti. Sedangkan untuk pengambilan sampel penelitian peneliti menggunakan mahasiswa yang berada di Jogjakarta yang pernah atau sedang menggunakan sepatu merek Compass.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada penelitian ini menggunakan variabel diskrit karena berhubungan dengan responden mahasiswa yang tidak dapat berjumlah 24,5 orang. Peneliti menggunakan data primer karena dalam pengambilan data peneliti menggunakan kuesioner secara *online melalui* Google Forms sehingga data yang didapatkan langsung bersumber dari obyek yang sedang diteliti dan menggunakan skala likert dengan memberi skor (nilai) pada setiap alternatif jawaban dari responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrument

Uji Validitas

Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,848	0,195	Valid
X1.2	0,844	0,195	Valid
X1.3	0,816	0,195	Valid
X1.4	0,727	0,195	Valid

Bersumber pada tabel di atas, $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ sehingga bisa diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam variabel tersebut dapat dikategorikan valid.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,894	0,195	Valid
X2.2	0,795	0,195	Valid
X3.3	0,803	0,195	Valid
X4.4	0,820	0,195	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bersumber pada hasil di atas, $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ sehingga bisa diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam variabel tersebut dapat dikategorikan valid.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X3.1	0,848	0,195	Valid
X3.2	0,807	0,195	Valid
X3.3	0,776	0,195	Valid
X3.4	0,868	0,195	Valid

Bersumber pada hasil di atas, $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ sehingga bisa diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam variabel tersebut dapat dikategorikan valid.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1.1	0,914	0,195	Valid
Y1.2	0,869	0,195	Valid
Y1.3	0,930	0,195	Valid

Bersumber pada hasil uji di atas, $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ sehingga bisa diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam variabel tersebut dapat dikategorikan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,819	Reliabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X2	0,832	Reliabel
X3	0,839	Reliabel
Y	0,888	Reliabel

Berlandaskan tabel tersebut diketahui seluruh variabel penelitian ini bisa diandalkan sebab nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas

Pengujian	Signifikansi
Kolgomorov-Smirnov	0,132

Berdasarkan uji normalitas tersebut bisa diketahui nilai signifikansi $0,132 > 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan penelitian tersebut bersifat normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Citra Merek	0,462	2,165	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk	0,355	2,818	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,577	1,732	Tidak terjadi multikolinieritas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil di atas, dapat dilihat seluruh variabel mempunyai toleransi di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Kesimpulannya yakni tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independen dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dengan Park

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
X1	0,293	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,715	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,086	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di atas, bisa dilihat variabel penelitian ini mempunyai nilai signifikansi lebih $\geq 0,05$ dan bisa disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel penelitian ini.

Analisis Uji Regresi Berganda

Rangkuman Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-.874	.949		-.921	.359
	Citra Merek	.177	.080	.206	2.202	.030
	Kualitas Produk	.449	.096	.496	4.658	.000
	Harga	.148	.072	.172	2.064	.042

Berdasarkan hasil pengujian di atas, berikut adalah persamaan regresi penelitian ini:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$Y = -0,874 + 0,177 X_1 + 0,449 X_2 + 0,148 X_3 + e$$

- 1) Nilai konstanta dalam penelitian ini sebesar -0,874 yang artinya adalah jika tidak ada citra merek, kualitas produk, dan harga maka minat beli konsumen sepatu compass adalah negatif 0,874. Dalam kenyataannya mustahil minat beli konsumen akan suatu merk bernilai *negative*, oleh karena itu konsumen yang tidak minat membeli suatu merek akan memiliki besaran nilai 0. Dalam penelitian nilai konstanta negatif tidak menjadi masalah apabila telah Memenuhi uji asumsi klasik dan nilai slope dalam variabel independen tidak bernilai 0.
- 2) Variabel citra merek memiliki koefisien regresi sebesar 0,177 dan arah hubungannya bertanda (+) yang berarti apabila terjadi perubahan sebesar 1% maka minat beli sepatu compass yang dipengaruhi oleh citra merek akan ikut meningkat sebesar 0,177.
- 3) Variabel kualitas produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,449 dan arah hubungannya bertanda (+) yang berarti apabila terjadi perubahan sebesar 1% maka minat beli sepatu compass yang dipengaruhi oleh kualitas produk akan ikut meningkat sebesar 0,449.
- 4) Variabel harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,148 dan arah hubungannya bertanda (+) yang berarti apabila terjadi perubahan sebesar 1% maka minat beli sepatu compass yang dipengaruhi oleh harga akan ikut meningkat sebanyak 0,148.

Uji Hipotesis

Uji F

Hasil Hipotesis dengan Uji F

F-hitung	F- Tabel	Nilai Signifikansi
----------	----------	--------------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

50.835	2,70	0,000
--------	------	-------

Berdasarkan pengujian di atas, diketahui bahwa $50,835 > 2,70$ yang berarti $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka bisa diketahui bahwa seluruh *independent variable* secara simultan mampu memberikan pengaruh kepada *dependent variable*.

Uji T

Hasil Uji t

variabel	t-hitung	t-tabel	Nilai signifikansi
Citra Merek	2.202	1,984	0,030
Kualitas Produk	4.658	1,984	0,000
Harga	2.064	1,984	0,042

- Nilai signifikansi $0,030 < 0,05$ dan nilai t-hitung $2,202 > 1,984$, membuktikan variabel X_1 secara positif mempengaruhi Y.
- Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,658 > 1,984$, membuktikan variabel X_2 secara positif mempengaruhi Y.
- Pengaruh harga terhadap minat beli dengan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,064 > 1,984$, membuktikan variabel X_3 secara positif mempengaruhi Y.

Uji Determinasi R_2

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Keterangan	Nilai
R- squared	0,602

Hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat produk sepatu compass sejumlah 60,2%, sedangkan sisanya sejumlah 39,8% minat beli produk sepatu compass dijelaskan pada variabel yang berbeda.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Sepatu Compass

Bersumber pada uji t yang telah dilakukan, variabel X1 mempunyai (t -hitung 2,202 > t -tabel 1,984). Berdasarkan uji tersebut, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa citra merek secara positif berpengaruh terhadap minat beli, maka hipotesis satu (H_1) pada penelitian ini yang mengatakan jika “citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli” diterima. Hasil tersebut membuktikan bahwa makin tinggi citra merek perusahaan, maka akan berpengaruh positif terhadap minat beli pelanggan. Citra merek yang dilakukan oleh sepatu compass yaitu dengan harganya yang terjangkau, kualitas bagus, dan desainnya yang unik sehingga menjadikan sepatu compass memiliki citra tersendiri dibenak konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepatu Compass

Bersumber dari uji t yang telah dilakukan, variabel kualitas produk mempunyai (t -hitung 2,202 > t -tabel 1,984). Berdasarkan uji tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

secara positif mempengaruhi minat beli, maka hipotesis dua (H2) yang menyatakan jika “kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli” diterima. Sepatu compass memiliki kualitas yang bagus dan unik melalui desain yang classic tetapi tidak tertinggal oleh jaman.

Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Sepatu Compass

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, variabel X3 mempunyai (t -hitung $2,064 > t$ -tabel $1,984$). Berdasarkan uji tersebut, maka bisa ditarik kesimpulan harga secara positif mempengaruhi minat beli, dengan begitu hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan jika “harga berpengaruh positif terhadap minat beli” diterima. Harga yang ditetapkan oleh sepatu compass sangat terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh pelajar, mahasiswa, maupun orang tua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Citra merek signifikan serta berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai t -hitung $2,202$ yang lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $1,984$ (t -hitung $2,202 > t$ tabel $1,984$) dan nilai signifikansi untuk citra merek adalah $0,030$ yang lebih kecil dari $\alpha 0,05$ ($\text{sig. } 0,030 < 0,05$).

Kualitas produk signifikan serta berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai t -hitung $4,658$ yang lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $1,984$ (t -hitung $4,658 > t$ tabel $1,984$) dan nilai signifikansi untuk kualitas produk adalah $0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha 0,05$ ($\text{sig. } 0,000 < 0,05$).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Harga signifikan serta berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai t-hitung $2,064 >$ nilai t tabel $1,984$ dan nilai signifikansi untuk harga adalah $0,042$ yang lebih kecil dari alpha $0,05$ (sig. $0,042 < 0,05$).

Citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap minat beli sepatu Compass di Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan dari hasil pengujian regresi linear berganda dan diperoleh hasil F hitung $50,835$ yang lebih besar dari F tabel $2,70$ (Fhitung $50,835 >$ F-tabel $2,70$) dan memiliki nilai signifikansi $0,000$ yang lebih kecil dari alpha $0,05$ (sig. $0,000 < 0,05$).

Berdasarkan uji koefisien determinasi (Adjusted R²) yang diperoleh nilai hasil dari adjusted r² adalah sebesar $60,2\%$. Variabel independen citra merek, kualitas produk, dan harga mampu menjelaskan variabel dependen minat beli sebesar $60,2\%$ dan $39,8\%$ lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tersedia dalam penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan kuesioner *online* melalui google form, sehingga kemungkinan besar data yang dimiliki bersifat subjektif. Oleh karena itu lebih baik ditambahkan metode wawancara dalam memperoleh data supaya hasil yang diterima lebih sempurna.

Penelitian ini sebatas meneliti tentang yang mempengaruhi minat pembelian sepatu Compass dengan indikator variabel yang telah ditentukan oleh peneliti, sehingga butuh ditambah variabel lainnya yang bisa mempengaruhi minat pembelian sepatu Compass.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sampel dari penelitian ini hanya ditujukan kepada pengguna Sepatu Compass di Jogjakarta, sehingga perlu ditambah lagi jumlah sampelnya.

Saran

Bagi sepatu compass

- a) Perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang dimilikinya, karena citra merek yang baik akan mempengaruhi minat pembelian pelanggan secara positif sehingga akan menambah laba perusahaan.
- b) Dalam kualitas produk, sepatu compass harus mampu mempertahankan kualitasnya atau meningkatkan kualitas dengan cara menambah bahan baku lainnya yang bervariasi sehingga mampu meningkatkan kualitas yang dimilikinya sebelumnya dan menjadi faktor pembeda dari kualitas yang dimiliki pesaing. Peralunya seiring dengan kemajuan teknologi menjadikan pelaku industri sepatu dari dalam negeri maupun luar negeri bersaing dengan ketat, sehingga jika sepatu Compass tidak melakukan inovasi terhadap kualitas produk yang dihasilkan maka akan kalah dari pesaing.
- c) Dalam melakukan penetapan harga, sepatu Compass perlu menjaga aspek yang memiliki pengaruh positif terhadap harga dari sepatu Compass yang dipasarkan kepada pelanggan sehingga minat pembelian tetap banyak dan laba perusahaan menjadi bertambah.

Bagi penelitian selanjutnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a) Penelitian berikutnya bisa memperbanyak besaran sampel, menambah variabel yang berbeda dari penelitian ini, dan cara dalam pengambilan data yang berlainan dengan harapan bisa menghasilkan hasil yang maksimal dan menyeluruh.
- b) Penelitian berikutnya bisa menyempurnakan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Daftar Pustaka

- Algifari. 2013a. *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Revisi ked. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- . 2013b. *Statistika Induktif Untuk Ekonomi Dan Binsnis*. Ketiga. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Aptaguna, and Pitaloka. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” *Widyakala* 3: 49.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Buku 1 , Citra , Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global-RCI.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Machfoedz, Mas’ud, and Machfoedz Mahmud. 2004. *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. Edited by Muhammad Munandar. Yogyakarta: AKADEMI MANAJEMEN PERUSAHAAN YKPN.
- Maghfiroh, As’alul, Zainul Arifin, and Sunarti. 2016. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 40 (1): 132–40.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Perepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli.”

https://eprints.uny.ac.id/32075/1/IndraJayaKrisnaGedePrabowo_12808144058.pdf.

Purnomo, Eko. 2016. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal.” *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi* 4 (1): 1–28.

Puspita, Sari Devi. 2019. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta),” 32.

Sanad, Ahmad. 2018. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Local Brand Pada Produk Fashion,” 2.

Sari, Milya. 2020. “Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA.” *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA* 6 (1): 3.
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159>.

Setiani, Lusiana Riski. 2019. “Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina” 8 (5): 55.

Setiawaty, Novia Anggraeny. 2017. “Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series” 22: 47–56.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Silitonga, Linda Tesi. 2018. "Pasar Sepatu: Ini Dia Merek Yang Jadi Raja Pasar." *Bisnis.Com*, November 29, 2018. [https://ekonomi.bisnis.com/read/20180207/12/735561/pasar-sepatu-
ini-dia-merek-yang-jadi-raja-pasar-](https://ekonomi.bisnis.com/read/20180207/12/735561/pasar-sepatu-ini-dia-merek-yang-jadi-raja-pasar-).

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Edited by FL.Sigit. Yogyakarta: ANDI.

Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST Yogyakarta.

Swastha, Basu. 1984. *Azaz Azaz Marketing*. Ketiga. Yogyakarta: LIBERTY, Yogyakarta.

Syahrian, Ajib Nor. 2019. "Geliat Industri Sepatu Lokal Menurut BPIP, League, Dan Piero." *MainBasket*, 2019. [https://www.mainbasket.com/r/4346/geliat-industri-sepatu-lokal-
menurut-bpipi-league-dan-piero](https://www.mainbasket.com/r/4346/geliat-industri-sepatu-lokal-menurut-bpipi-league-dan-piero).

Tashhandra, Nabilla. 2020. "5 Sepatu Lokal Terbaik Versi Dr.Tirta." *Kompas.Com*, March 9, 2020. [https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/09/150809220/5-sepatu-lokal-terbaik-
versi-drtirta?page=all](https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/09/150809220/5-sepatu-lokal-terbaik-versi-drtirta?page=all).

Tiffani, Fanessa. n.d. "Analisa Pengaruh Desain Buku Menu Terhadap Minat Beli Konsumen Di Caturra Espresso Surabaya," 318–28.

Utami, Ruri Putri, and Hendra Saputra. 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan." *Niagawan* 6 (2): 44–53.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Widya. n.d. “Mengenal Sejarah Dan Produk Pabrik Sepatu Compass.” Aqualux. Accessed November 21, 2020. <https://aqualux.id/mengenal-sejarah-dan-produk-pabrik-sepatu-compass.html>.

Wiryanthy, Noverita , dan Santoso, Singgih. 2019. “Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label” 2 (1): 87–96.

