

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK
ORTUSEIGHT DI KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Psikologi

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

AHMAD MUSLIH MUZAKKI

NIM. 1921100063

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

JUNI 2023

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK
ORTUSEIGHT DI KLATEN

Diajukan oleh:

AHMAD MUSLIH MUZAKKI

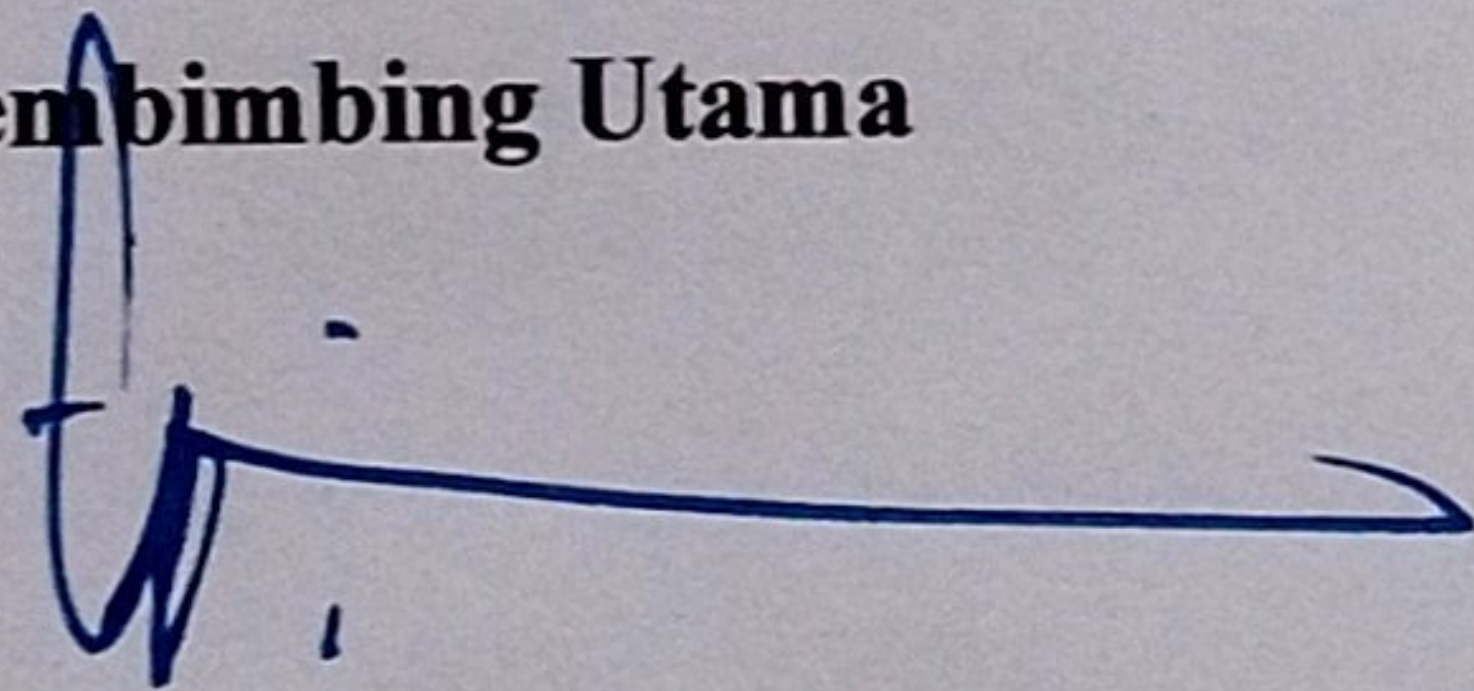
NIM. 1921100063

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Universitas Widya Dharma Klaten

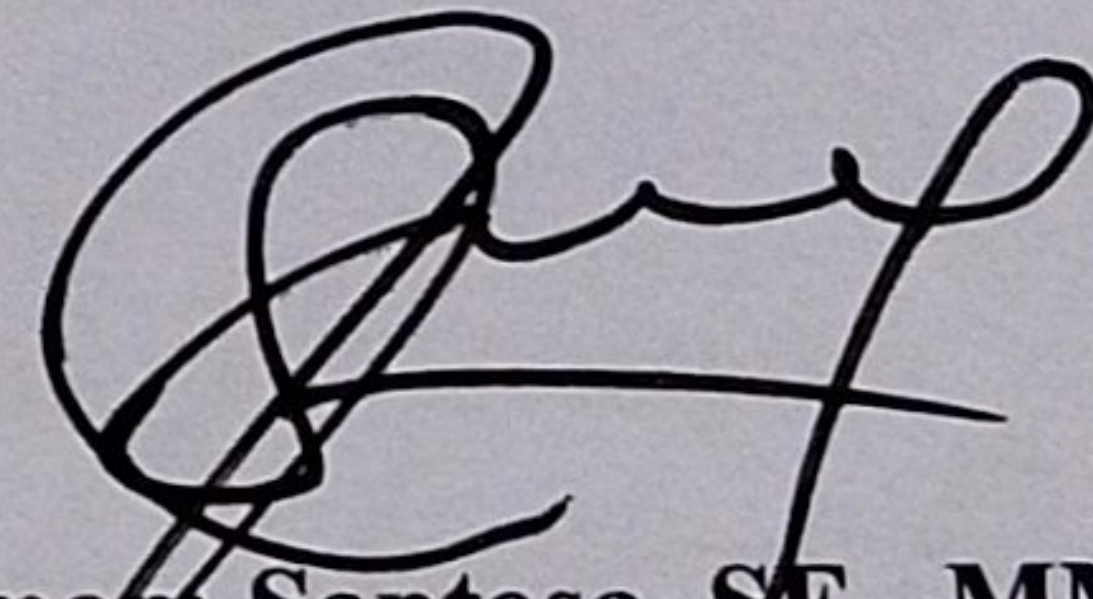
Pada tanggal 8 Juni 2023

Pembimbing Utama



Dr. Sutrisno Badri, SE., M.Sc
NIK 690 208 290

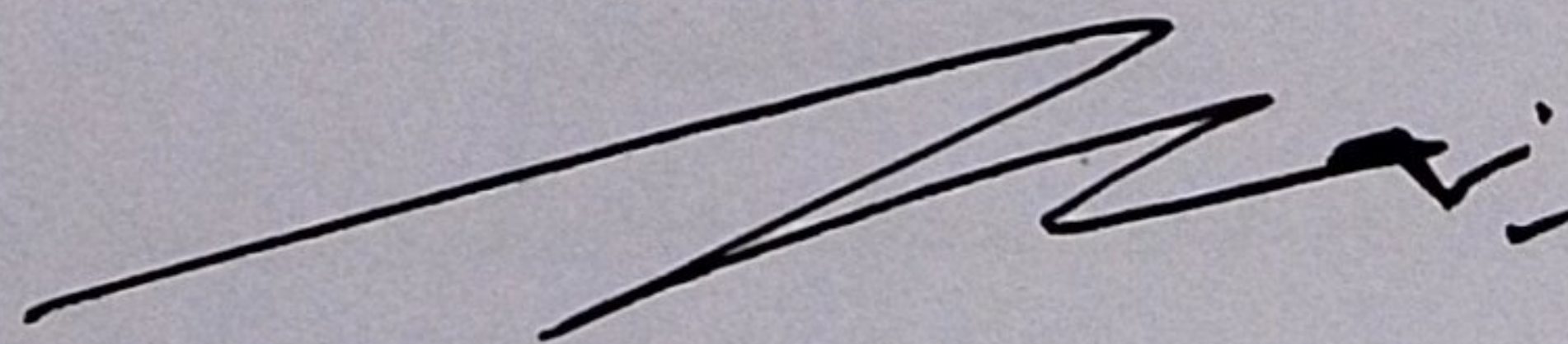
Pembimbing Pendamping



H. Iman Santosa, SE., MM
NIK 690 490 190

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Abdul Haris, SE., MM., M.Pd
NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK
ORTUSEIGHT DI KLATEN

Diajukan oleh :

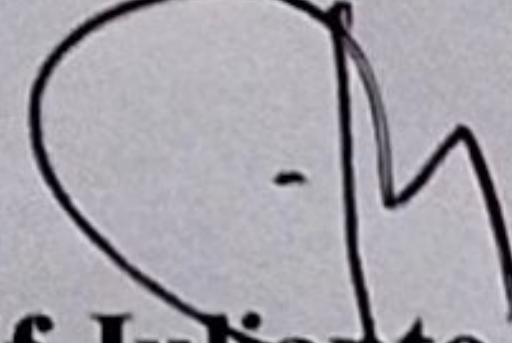
AHMAD MUSLIH MUZAKKI

NIM:1921100063

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten dan Diterima sebagai
persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

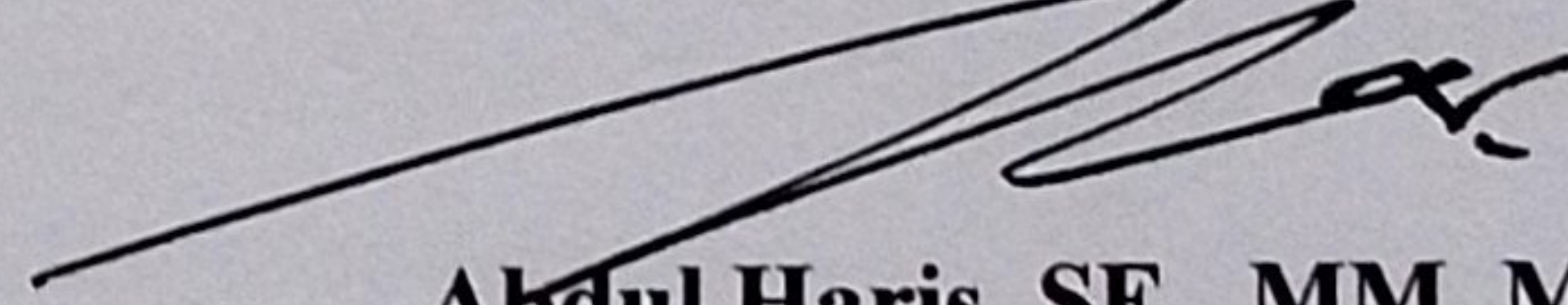
Pada tanggal 12 Juni 2023
.....

Ketua



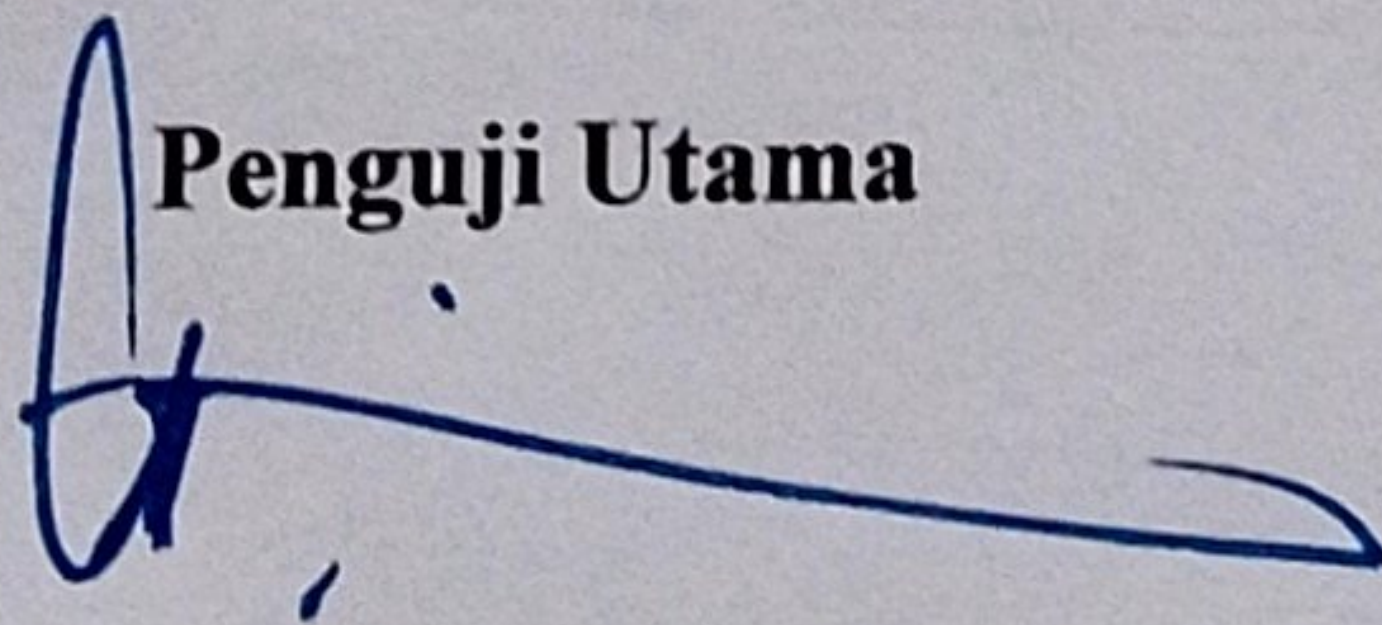
Dr. H. Arif Julianto, SN., M.Si
NIK 690 301 250

Sekretaris



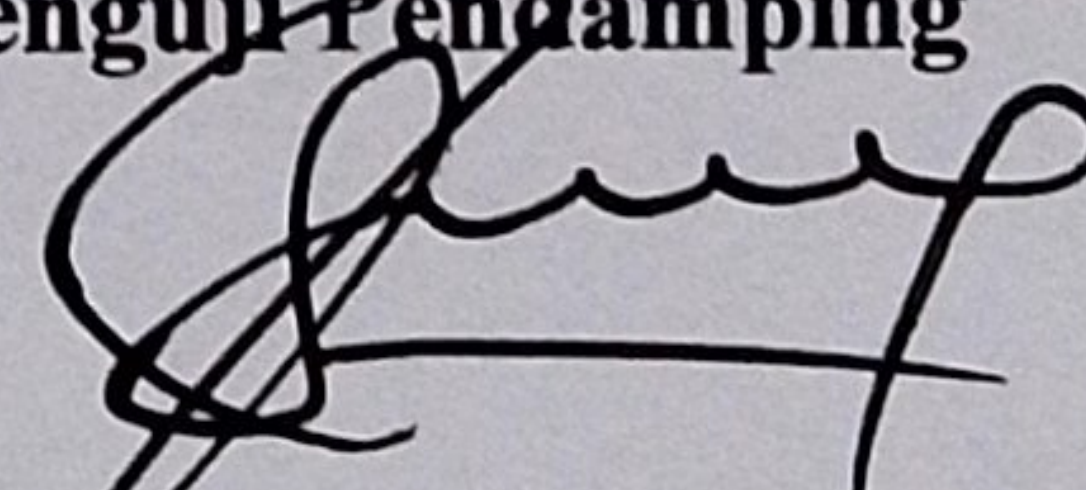
Abdul Haris, SE., MM., M.Pd
NIK 690 098 194

Penguji Utama



Dr. Sutrisno Badri, SE., M.Sc
NIK 690 208 290

Penguji Pendamping



H. Imam Santosa, SE., MM
NIK 690 490 190

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Psikologi



Dr. H. Arif Julianto, SN., M.Si
NIK 690 301 250

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Muslih Muzakki

NIM : 1921100063

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Psikologi

Terkait penelitian Skripsi saya berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK ORTUSEIGHT DI KLATEN”**. Dengan ini menyatakan bahwa benar-benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya. Saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Klaten, Juni 2023



Ahmad Muslih Muzakki

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan nikmat, anugerah serta hidayah-Nya, dan rasa syukur yang mendalam karena telah diselesaikannya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang diberikan akhirnya skripsi terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya, Ibu Siti Fatimah ,S.Pd dan Bapak Dhani Kusmanto. Terimakasih atas do'a, dukungan, semangat dan rasa kasih sayang kepada saya. Karya ini saya persembahkan sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan, jerih payah ibu dan bapak untuk mengsekolahkan saya.
3. Almarhumah simbah Partini HS, Adik saya Zulfa Dzikrina , Om dan bulek saya, Dedy Suwondho, Syaraffudin, Sri hartini ,S.Pd. Terimakasih do'a dan dukunganya.
4. Segenap dosen, karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten, terimakasih untuk semua ilmu, pendidikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah diberikan.
5. Teman-Teman Jurusan Manajemen, Terima kasih atas solidaritas, arti hidup dan kekeluargaan selama 4 tahun ini, Manajemen A,B,C dan D 2019 yang banyak sekali memberi kenangan, pelajaran, pengalaman hidup, keakraban, kasih sayang dan keceriaannya setiap hari.
6. Dan seluruh keluarga serta teman-teman saya dimanapun kalian berada yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan dan do'anya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL MEREK ORTUSEIGHT DI KLATEN". Hanya dengan kekuatan yang diberikan oleh Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Dengan segala kerendahan hati semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu masukan, saran dan kritikan dari pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan penelitian ini. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Klaten, Juni 2023

Ahmad Muslih Muzakki

MOTTO

“Dan barangsiapa berbuat kesalahan atau dosa, kemudian dia tuduhkan kepada orang yang tidak bersalah, maka sungguh dia telah memikul suatu kebohongan dan dosa yang nyata.”

(Q.S An-Nisa’: 112)

“Tiada hari tanpa mencari ilmu, tiada hari kecuali bertambah amal, dan tiada hari kecuali akan menambah bersih hati kita dengan manajemen qalbu”

(Abdullah Gymnastiar aka A’a Gym)

“Teruslah bernafas”

(Jack Kahuna Laguna aka JKL)

“Pengetahuan tidak dapat menggantikan persahabatan, aku lebih suka menjadi idiot dari pada meninggalkan teman-temanku.”

(Patrick Star)

“Jangan pernah menyerah masih ada kesempatan lain lagi, jangan pernah sia-siakan kesempatan berikutnya. Maka jadilah dirimu sendiri bangkit dan lakukan yang terbaik”

(Ahmad Muslih Muzakki)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul.....	5
1.3 Penegasan Judul	5
1.4 Pembatasan Masalah.....	6
1.5 Perumusan Masalah	7
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.7 Manfaat Penelitian	8
1.8 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.3 Strategi Pemasaran.....	18
2.4 Kualitas Produk.....	20
2.5 Harga.....	25
2.6 Kepercayaan Merek	28

2.7	Keputusan pembelian.....	29
2.8	Indikator variabel penelitian	31
2.9	Penelitian Terdahulu	32
2.10	Rerangka Pemikiran.....	35
2.11	Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Jenis Metode Penelitian	37
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3	Lokasi Penelitian.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Data dan Sumber Data	38
3.6	Variabel Penelitian.....	38
3.7	Populasi dan Sample	39
3.8	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.9	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.2	Analisis Data dan Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator Penelitian	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Katergori Interval.....	57
Tabel 4. 5 Persentase Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4. 6 Persentase Variabel Kualitas Harga.....	59
Tabel 4. 7 Persentase Variabel Kualitas Merek	60
Tabel 4. 8 Persentase Variabel Kualitas Pembelian.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4. 12 Uji t (parsial)	69
Tabel 4. 13 Uji F (Simultan)	71
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Rerangka Pikir	35
Gambar 4. 1 Logo Ortuseight	45
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Permohonan Pengisian Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

Lampiran 5 : Analisis Tabel Frekuensi Variabel Penelitian

Lampiran 6 : Tabulasi Data Responden

Lampiran 7 : Tabel Uji R

Lampiran 8 : Tabel Uji F

Lampiran 9 : Tabel Uji T

Lampiran 10: Uji Validitas

Lampiran 11: Uji Reliabilitas

Lampiran 12: Analisis Regresi Lineier Berganda dan Uji Hipotesis

Lampiran 13: Blangko Kuesioner Yang Sudah Di Isi

Lampiran 14: Responden Pengisi Angket Kuesioner

Lampiran 15: Contoh Foto Produk Penelitian

ABSTRAK

Ahmad Muslih Muzakki, NIM 1921100063. Skripsi. Program Studi Manajemen. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight Di Klaten

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan merek secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merek Ortuseight. Sampel dalam penelitian ini adalah sepatu futsal Ortuseight di Klaten yaitu sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kuesioner pada responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 24. Analisis ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian sedangkan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, kepercayaan merek berpengaruh secara simultan atau bersama-sama. Variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga dan kepercayaan merek sebesar 48,4%. Sedangkan sisanya 51,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwati (2012), menyatakan Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnisme semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan (Purwati, 2012). Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat yang berkembang pesat dan ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gimnastik, lapangan futsal, lapangan sepak bola, tempat lari di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya.

Seseorang dalam berolahraga tidak lepas dari sepatu olahraga untuk menunjang kegiatan olahraganya. Ada beberapa merek sepatu olahraga yang sangat populer di pasaran seperti Ortuseight, Specs, Adidas, Nike, Puma, Reebok, dan New Balance yang selalu bersaing untuk merebut minat konsumen agar membeli produk mereka. Pentingnya produk menjadi salah satu prioritas Ortuseight. Menurut Kotler dan Keller (2012), produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat adalah variabel kualitas produk.

Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Definisi dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya

(Kotler & Armstrong 2012). Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk seperti jasa Ortuseight yang merupakan salah satu perusahaan produsen sepatu olahraga besar di Indonesia, sangat memahami pentingnya kegunaan sepatu dalam aktivitas olahraga.

Ortuseight didirikan oleh PT. Vita Nova Atletik. Kecintaan mereka pada olahraga membuat mereka sangat memahami bahwa sepatu olahraga menjadi hal yang sangat utama dalam berolahraga. Selain kualitas produk yang baik, kenyamanan dan keamanan sangat diperlukan dalam berolahraga, dan sepatu olahragalah yang dapat mewujudkan hal itu. Ortuseight menawarkan sepatu yang ringan dan nyaman saat digunakan karena bahan sepatu yang berkualitas. Sepatu Ortuseight selain memiliki kualitas produk yang baik, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen. Harga menimbulkan berbagai pandangan di mata konsumen. Konsumen akan memiliki pandangan dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar), serta pengaruh lingkungannya.

Berbagai pandangan dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Konsumen

mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk. Harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan di bawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Variasi harga yang ditawarkan oleh Ortuseight dapat dikatakan seimbang dengan produk yang didapatkan konsumen.

Harga produk Ortuseight relatif mahal, hal itu disebabkan sepatu Ortuseight diproduksi menggunakan bahan yang sangat berkualitas. Selain itu, desain yang begitu elegan membuat sepatu Ortuseight terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang relatif mahal dari produk sepatu Ortuseight ini berbanding lurus dengan apa yang didapatkan oleh konsumen yang membeli. Harga sepatu olahraga Ortuseight memang tergolong mahal karena bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik sehingga tidak heran jika sepatu ini selalu menawarkan kenyamanan bagi setiap kaki yang menggunakannya.

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Ortuseight yang meliputi: kualitas produk, harga dan kepercayaan merek. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Klaten”**.

1.2 Alasan Pemilihan Judul

Dalam penelitian ini penulisan mempunyai alasan tertentu dalam pengambilan judul tersebut. Adapun alasannya sebagai berikut:

1. Alasan objektif

Ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Klaten.

2. Alasan subjektif

Lokasi penelitian yang terjangkau sehingga memudahkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian, karena objek yang dijadikan penelitian teman-teman pemain Futsal di Klaten.

1.3 Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami maksud dari judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight Di Klaten**” maka penulis memberikan penegasan judul sebagai berikut:

1. Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing (Ibnu Kamal, 2017).

2. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Nurdiansyah, 2017).
3. Kepercayaan Merek adalah perasaan aman yang dimiliki konsumen akibat dari interaksinya dengan sebuah merek, yang berdasarkan persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan dari konsumen (Delgado, 2003).
4. Keputusan Pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaannya menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

1.4 Pembatasan Masalah

Untuk lebih fokus dalam pembahasan, maka penulis menggunakan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ditujukan kepada konsumen yang telah membeli produk Sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.
2. Penelitian difokuskan pada pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.
 - a. Kualitas produk meliputi daya tahan produk, kenyamanan produk, kehandalan produk.

- b. Harga meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, perbandingan harga yang ditawarkan produk pesaing.
- c. Kepercayaan merek meliputi kepercayaan, dapat diandalkan, kejujuran, sesuai harapan, keamanan.
- d. Keputusan pembelian meliputi kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, melakukan pembelian.

1.5 Perumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk, harga dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola merek Specs di Klaten. Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan, adapun rumusan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten?

1.6 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.
2. Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.
3. Menguji pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.
4. Menguji secara simultan kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek pada keputusan pembelian produk sepatu Futsal merek Ortuseight di Klaten.

1.7 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai kajian teori yang terdiri dari pemasaran, bauran pemasaran, strategi pemasaran, kualitas produk, harga, kepercayaan merek, keputusan pembelian, indicator variabel penelitian, penelitian terdahulu, rerangka pemikiran, hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menggambarkan mengenai jenis metode penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, data dan sumber data, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data.

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang gambaran umum perusahaan dan analisis data yang telah dikumpulkan berdasarkan Teknik analisis yang sudah ditentukan serta pembahasannya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merek Ortuseight, disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan identifikasi responden, 100% responden berjenis kelamin laki-laki yang berusia 15-20 tahun sejumlah 19 responden, berusia 21-25 tahun sejumlah 26 responden, 26-30 tahun 4 responden, dan 1 responden berusia 34 tahun . Dengan dominan mahasiswa 21 responden pelajar 16 responden dan sisanya 13 responden dengan jenis pekerjaan (karyawan swasta, wirausaha, dan Lainnya) .
2. Dari hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung $>$ dari r tabel (0,278).
3. Dari hasil uji reliabilitas disimpulkan bahwa semua variabel menunjukkan $>$ 0,60 yang bearti semua pernyataan dinyatakan reliabel.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan sebagai berikut $Y = -0,649 + 0,164 X_1 + 0,219 X_2 + 0,512 X_3$. Menunjukkan bahwa konstanta dalam penelitian ini sebesar -0,649, artinya jika variabel kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek

meningkat maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Dari hasil uji t (parsial) diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan pada kepercayaan merek terhadap pembelian produk sepatu futsal merek Ortuseight, sedangkan variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
6. Dari hasil uji f (simultan) diperoleh f hitung sebesar 16,345 dengan signifikansi 0,000. Yang dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merek Ortuseight.
7. Dari hasil analisis koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 48,4% sedangkan sisanya 51,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas ada beberapa saran bagi perusahaan dan juga bagi peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

1. Dengan penilaian responden yang menyatakan bahwa kualitas produk sudah baik, maka perusahaan harus mempertahankannya.
2. Perusahaan harus terus menerus meningkatkan dan memperbanyak inovasi, desain baru supaya lebih banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk sepatu futsal ini.

3. Menjaga kualitas pelayanan dengan konsumen, serta menajamkan strategi pemasaran, agar lebih terarah dan terperinci
4. Meningkatkan sistem keamanan dan kemudahan belanja untuk meningkatkan kepercayaan merek serta menjaga kualitas produk dengan harga yang terjangkau.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk:

1. Menambah jumlah responden agar lebih mewakili jawaban dari penelitian yang dilakukan.
2. Mengembangkan objek penelitian agar diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang keputusan pembelian.
3. Menggunakan metodologi penelitian yang berbeda untuk melihat sudut pandang yang lain serta mengembangkan penelitian pada produk lain untuk melakukan perbandingan

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja A. J., Tarigan Z. J. H. 2017. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Skripsi*. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Akbar, R.P.S dan Usman, H. 2013. *Pengantar Statistika. Edisi Kedua*. Yogyakarta.
- ____. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Aldin, Ibnu Kamal. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kredibilitas Endorser, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus Terhadap Anggota UKM di Universitas se- Tangerang Selatan). *Skripsi*. Jakarta.
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (CenterFor Academic Publishing Service)
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Andi Offset. Sutoro, Bayu Probo. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Surakarta. *Skripsi*. Surakarta.
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma, (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*. Alfabeth, Bandung.
- Chaudhuri, Arjun and Morris B. Holbrokk. 2001 . The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*. Vol 65. Number 2. pp. 81-93.
- Costabile, M., Raimondo, M.A. & Miceli, G. (2002). *A Dynamic Model of Customer Loyalty. Proceedings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy, 28-31*.
- Delgado, E., Munuera, J. L. and Yague, M. J. 2003. Development And Validation Brand Trust Scale, *International Journal Of Market Research*, Vol 45 No. 1, pp. 35-54.
- Delgado-Ballester, E. (2003). Development and Validation of A Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45, 171–185.

- Deliyanti Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Erna, Ferrina Dewi. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen. Edisi Pertama*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Farhan M. Y. & Kamal M. 2015. Analisis Pagaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Konsumen Nike di Kota Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fenny Winata. 2014. *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013*. *Tax & Accounting Review* (Vol. 4, No. 1, 2014)
- Garbarino, E and Johnson, M.S. 1999. The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer relationships. *Journal of Marketing*, Vol. 63, April: 70-87.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hess, B., H. Bekker, H.J. Berendsen, J.G.E.M. Fraaije, 1997, *LINCS: A Linear Constraint Solver for Molecular Simulations*, *Journal of Computer Chemical*, 18, pp.1463-1472.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2013, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K .L .(2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Malau Herman, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung
- Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt, 1994, The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, pp. 20-38.
- Nurdiansyah, Dedi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung. *Skripsi*. Bandar Lampung.

- Oktaviani, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Minuman Isotonic Merek Mizone). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(2), 120-131.
- Pratiwi, 2013, *Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Bangkalan*, Universitas Trunojoyo Madura.
- Purwati, dkk. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Politeknik Negeri Sriwijaya. Vol. 2 (3), 260-277.
- Radityasari, P.Y. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Saidani, Rachman, Rizan. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C. Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi, Yogyakarta.
Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.