

**PENGARUH CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU BATA DI TOKO
BATA KUANINO KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :

MONICA MARCELA OEMATAN
NIM : 32117048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU BATA DI TOKO
BATA KUANINO KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh:

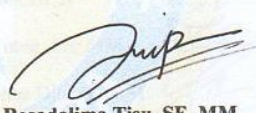
Nama : Monica Marcela Oematan
NIM : 32117048
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901


Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

Kupang,2021
Ketua Program Studi Manajemen


Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi
Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandira Kota Kupang.

Yang diseleggarakan pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 15 Juni 2021
Jam : 11.00 – 13.00 Wita
Tempat : B111
Atas Nama : Monica Marcela Oematan
NIM : 32117048
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM
3. Penguji I : Dr. Stanis Man, SE, M.Si
4. Penguji II : Maria B.M.G. Wutun, SE, MM
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua Program Studi
Manajemen

Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“ Jangan Pergi Mengikuti Kemana Jalan Akan
Berujung, Buat Jalanmu Sendiri Dan Tinggalkanlah Jejak”.*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Ayah tercinta Emanuel Oematan, Ibu tercinta Chandra Karel, Opa tercinta Alexander Karel dan Opa Yoakim Oematan yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan dan selalu mendoakan yang terbaik sejak kecil hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Kepada adik tercinta, Maria Oematan, Rio Oematan, Lorensio Oematan, dan Denis Oematan yang selalu mendukung dan memotivasi.

Kupang, Juni 2021

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat, rahmat dan kebaikan-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Asosiasi Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Toko Bata Kuanino Kota Kupang”**, dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual maupun informasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Wolfram Ndouk, SE, MM selaku dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan nasihat selama masa perkuliahan.
5. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku dosen Pembimbing II yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku peguji I, Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku penguji II, dan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku penguji III yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, dan motivasi.
7. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Widya Mandira Kupang.
8. Para Pegawai Tata Usaha, yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. Toko Bata Kuanino Kota Kupang yang telah memberikan ijin penelitian data penjualan Sepatu Bata.
10. Kepada ke dua Orang Tua, Bapak Emanuel Oematan dan Ibu Chandra Karel, juga saudara/i kandung Maria Oematan, Rio Oematan, Lorensio Oematan dan Denis Oematan atas segala dukungan moril maupun materil yang telah diberikan.
11. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu menyemangati dan membantu selama proses perkuliahan dan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

12. Kepada seluruh pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Menyadari keterbatasan kemampuan, penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dibutuhkan kritikan dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan penulisan ini. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2021

Penulis

ABSTRAK

Monica M. Oematan (32117048) dengan judul penelitian “**Pengaruh Citra Merek, Asosiasi Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Toko Bata Kuanino Kota Kupang**”, dibawah bimbingan Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Pembimbing II.

Banyaknya jumlah merek dan produk yang bermunculan mengakibatkan Sepatu Bata kalah dalam persaingan, sehingga penjualan Sepatu Bata mengalami penurunan. Konsumen akan mempunyai citra yang buruk mengenai sepatu Bata dan merasa tidak yakin untuk membeli Sepatu Bata. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang Citra Merek, Asosiasi Merek, Gambaran Sikap Konsumen dan keputusan pembelian Sepatu Bata di Toko Bata Kuanino Kota Kupang? 2) Apakah Citra Merek, Asosiasi Merek dan Sikap Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata di Toko Bata Kuanino Kota Kupang? 3) Apakah Citra Merek, Asosiasi Merek dan Sikap Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata di Toko Bata Kuanino Kota Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepatu Bata di Toko Bata Kuanino. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 16 indikator dan dikalikan 7, sehingga jumlah sampel penelitian ini sebanyak 112 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial menggunakan program *SPSS Statistic Version 24*

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran variabel Citra Merek sebesar 78,83% (baik), Asosiasi Merek 74,60% (baik), Sikap Konsumen 70,80% (baik) dan variabel Keputusan Pembelian 71,77% (baik). Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 0,293X_1 + 0,064X_2 + 0,70X_3$. Hasil uji t diperoleh ^{thitung} untuk variabel Citra Merek sebesar 3,507 dengan nilai signifikan 0,001, variabel Asosiasi Merek sebesar 0,593 dengan nilai signifikan 0,555, dan variabel Sikap Konsumen sebesar 9,651 dengan nilai signifikan 0,000. Variabel Citra merek dan Variabel Sikap konsumen mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya variabel Asosiasi Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji F menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000, artinya variabel Citra Merek, Asosiasi Merek dan Sikap Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Toko Bata Kuanino Kota Kupang. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 81,4%, sedangkan sisanya sebesar 18,6% dijelaskan oleh variabel lain yang terdapat di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada Toko Bata Kuanino Kota kupang untuk disampaikan kepada Perusahaan Bata, agar menambah spons yang lembut untuk melindungi bagian kaki yang mudah terluka, mengadakan promosi lewat media sosial, baliho dan akun resmi Perusahaan Bata serta menciptakan variasi desain produk yang mengikuti trend dan memiliki varian warna yang beragam.

Kata Kunci: Citra merek, Asosiasi Merek, Sikap Konsumen, dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Konsep Pemasaran.....	12
B. Keputusan Pembelian.....	14
C. Citra Merek	29
D. Asosiasi Merek	33
E. Sikap Konsumen	37
F. Penelitian Terdahulu.....	41

G. Kerangka Berpikir.....	43
H. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
B. Populasi dan Sampel	47
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	51
F. Uji Kuisioner	53
G. Analisa Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	63
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	67
C. Analisis Data	71
D. Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TBEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Merek Sepatu Tahun 2017-2020	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepatu Bata Di Kota Kupang.....	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional dan Indikator	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	68
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek (X2)	69
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen (X3).....	69
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel. 4.10 Rasil Uji Realibisitas.....	71
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Citra Merek (X1)	72
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Asosiasi Merek (X2)	73
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Sikap Konsumen (X3).....	73
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.16 Uji Linearitas.....	77
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	82

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
--	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Secara Keseluruhan.....	22
Gambar 2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	75
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	76
Gambar 4.3 P-plot Uji Normalitas	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesinoner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Deskriptif Citra Merek X1.....	104
Lampiran 3. Deskriptif Asosiasi merek (X2).....	107
Lampiran 4. Deskriptif Sikap Konsumen (X3).....	111
Lampiran 5. Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	114
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	117
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek (X2)	118
Lampiran 8. Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen (X3).....	119
Lampiran 9. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	120
Lampiran 10. Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1).....	121
Lampiran 11. Uji Reliabilitas Variabel Asosiasi Merek (X2).....	122
Lampiran 12. Uji Realibilitas Variabel Sikap Konsumen (X3)	123
Lampiran 13. Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	124
Lampiran 14. Uji Regresi.....	125
Lampiran 15. Uji t.....	126
Lampiran 16. Uji F.....	127
Lampiran 17. Koefisien Determinasi	128
Lampiran 18. Uji Asumsi Klasik	129
Lampiran 19. Uji Linearitas	130