

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI
KONSUMENTERHADAPKEPUTUSANPEMBELIANPADAPRODUKSEPATUSANDAL
EIGER**

SKRIPSI

**DiajukanKepadaFakultasEkonomidanBisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur Untuk MenyusunSkripsiS-I
ProgramStudi Manajemen**



DiajukanOleh :

MOCH. VIRGIAWAN ANJASMARA

17012010234/FE/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU SANDAL EIGER**

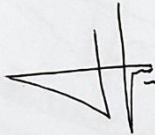
Yang diajukan oleh:

Moch. Virgiawan Anjasmara

17012010225/FEB/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh:

Pembimbing



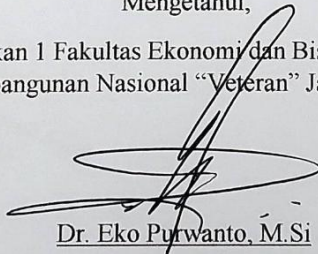
Dra. Ec. Nuruni Ika K. W., MM.

Tanggal: 21 April 2022

NIP. 196310091991032001

Mengetahui,

Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Eko Purwanto, M.Si

NIP. 195903291987031001

LEMBAR PERSETUJUAN MENYUSUN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SEPATUSANDAL EIGER**

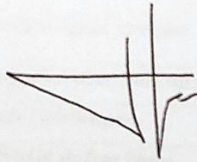
Yang disetujui oleh:

Moch. Virgiawan Anjasmara

17012010234/FEB/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh:

Pembimbing



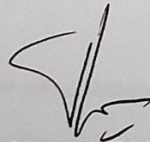
Dra. Ec. Nuruni Ika K.W., MM.

NIP. 196310091991032001

Tanggal: 17 April 2022

Mengetahui

Koordinator Program Studi
Manajemen



SulastriIrbayuni, SE.MM
NIP.196206161989032001

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU
SANDAL EIGER**

Disusun Oleh :

MOCH.VIRGIAWAN ANJASMARA

17012010234/FEB/EM

Telah dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajem Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 13 Mei 2022

Koordinator Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Sulastri Irbayuni, SE., M.M

NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika K.W., M.M

NIP. 19631100919910322001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional

"Veteran" Jawa Timur

Prof. Dr. Suamsu Huda, S.E., M.T.

NIP. 195908281990031001

24 MAY 2022



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moch. Virgiawan Anjasmara

NIM : 17012010234

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Sandal Eiger

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya , 25 Mei 2022

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Nuruni Ika K. W. M. M

Yang Menyatakan



Moch. Virgiawan Anjasmara

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmad dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU SANDAL EIGER”**.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis dibantu oleh beberapa pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, doa, saran, dorongan serta masukan. Tidak lupa pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Ec. Sulastri Irbayuni, M.M, selaku Kepala Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra Ec Nuruni Ika Kusuma Wardhani M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing, memberi motivasi serta arahan sehingga tugas akhir ini dapat terselsaikan.
5. Kedua Orang tua yang senantiasa memberikan do’a, kasih sayang serta memotivasi serta memberikan kebutuhan materil.

6. Rekan konsentrasi pemasaran, sahabat seperjuangan Manajemen yang selalu membantu ketika dibutuhkan dan menolong satu sama lain demi keberhasilan bersama.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Olehkarena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal ajuan penelitian ini sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis semoga proposal ajuan penelitian ini nantinya dapat dilaksanakan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 06 Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Kualitas Produk	23
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	23
2.2.3 Motivasi Konsumen.....	24
2.2.4 Jenis – Jenis Motivasi Konsumen	25
2.2.5 Indikator Motivasi Konsumen.....	25
2.2.6 Keputusan Pembelian	26
2.2.7 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian	27
2.2.8 Indikator Keputusan Pembelian	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .	
.....	28
2.3.2 Hubungan Motivasi Konsumen dan Keputusan	
Pembelian	29
2.4 Kerangka Konseptual.....	30
2.5 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1 Definisi Operasional	31
3.1.1.1 Kualitas Produk	31
3.1.1.2 Motivasi Konsumen.....	31
3.1.1.3 Keputusan Pembelian	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	36
3.4.1 Uji Validitas	36
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.5 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	37
3.5.1 Teknik Analisis	37
3.5.2 Cara Kerja PLS.....	38
3.5.3 Model Spesifikasi PLS	39
3.5.4 Langkah – Langkah PLS.....	39
3.5.5 Asumsi PLS.....	48
3.5.6 Ukuran Sampel (<i>Sample Size</i>).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	59
4.3.2 Hasil Asumsi PLS.....	62
4.3.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	67
4.3.4 Pengujian Hipotesis	68

4.4 Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sandal Eiger	69
4.4.2 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sandal Eiger	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	13
Tabel 1.2 Merek yang Direkomendasikan	15
Tabel 1.3 Penjualan Gerai Eiger Tunjungan Plaza	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	51
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Motivasi Konsumen (X2)	54
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y1)	56
Tabel 4.5 Residual Statistic	59
Tabel 4.6 Outer Loading	60
Tabel 4.7 Cross Loading	63
Tabel 4.8 Average Variance Extracted	64
Tabel 4.9 Composite Reliability	64
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations	66
Tabel 4.11 R – Square	67
Tabel 4.12 Path Coefficient	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Eiger	7
Gambar 1.2 Instagram Eiger	11
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Struktur PLS	40
Gambar 3.2 Diagram Alur Atau Least Square	42
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS	66

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU
SANDAL EIGER**

OLEH :

Moch. Virgiawan Anjasmara

17012010234

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal eiger Indonesia. Metodologi penelitian: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang diolah menggunakan software Smart PLS. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik yang digunakan adalah sampling incidental dengan jumlah sampel sebanyak 85 sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu sandal eiger. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya menggunakan satu sebagai objek penelitian dan belum menggunakan beberapa perusahaan dengan latar belakang yang berbeda.

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi marketing dalam proses konsistensi perusahaan pada periode selanjutnya sebagai upaya meningkatkan pembelian produk sepatu sandal eiger.

Kata kunci: Kualitas Produk, Motivasi Konsumen, Keputusan Pembelian