

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA**



PENGKAJIAN

Disusun oleh:

RADEN AYU AURELIA FAUZIA

NIM 1810131027

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN PRODUK
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA**



PENGKAJIAN

Oleh:

**RADEN AYU AURELIA FAUZIA
NIM 1810131027**

Tugas Akhir ini Diajukan kepada
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Produk

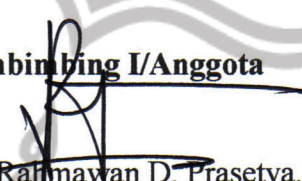
2022

LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA

diajukan oleh Raden Ayu Aurelia Fauzia, NIM 1810131027, Program Studi S-1 Desain Produk, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (kode prodi: 90231), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Juni 2022


Pembimbing I/Anggota


Dr. Rahmawan D. Prasetya, S.Sn., M.Si.
NIP. 19690512 199903 1 001
NIDN. 0012056905

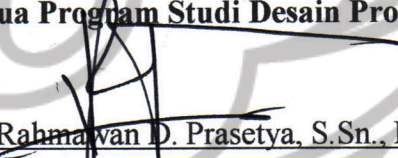
Pembimbing II/Anggota


RA Sekartaji Suminto, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19680711 199802 2 001
NIDN. 0011076810


Cognate/Anggota


Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003
NIDN. 0022056503

Ketua Program Studi Desain Produk


Dr. Rahmawan D. Prasetya, S.Sn., M.Si.
NIP. 19690512 199903 1 001
NIDN. 0012056905

Ketua Jurusan Desain


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315 200212 1 005
NIDN. 0015037702

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**



Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP. 19691108 199303 1 001
NIDN. 0008116906

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang menyatakan dengan sungguh bahwa tugas akhir yang berjudul
**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
SEPATU VENTELA**

Yang dibuat untuk memenuhi persyaratan menjadi sarjana seni pada Program Studi Desain Produk Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukanlah merupakan hasil tiruan, publikasi dari skripsi, atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 27 Mei 2022

Penulis,



Raden Ayu Aurelia Fauzia

NIM 1810131027

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Pengkajian dengan judul

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA

Adalah sebuah karya tulis ilmiah yang didasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Pengkajian ini adalah asli karya penulis dan dengan cara pengutipan yang sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Dengan ini penulis menyatakan persetujuan pengkajian ini untuk dipublikasikan sebagai karya ilmiah.

Yogyakarta, 27 Mei 2022



Raden Ayu Aurelia Fauzia

NIM 1810131027

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Segala puji atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya kepada kita semua sehingga Laporan Tugas Akhir Pengkajian “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Sepatu Ventela” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

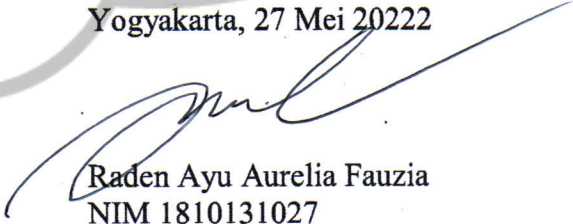
Laporan Tugas Akhir Pengkajian “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Sepatu Ventela” ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban tertulis atas terlaksananya penelitian yang dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan kelulusan S-1 Desain Produk. Seluruh kegiatan penyusunan laporan ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih satu semester yaitu pada semester genap tahun ajaran 2021/2022.

Laporan ini berisi tentang berbagai informasi rangkaian kegiatan penelitian berupa pengumpulan data melalui berbagai sumber literatur, penyebaran kuesioner hingga proses analisis data. Melalui pengerjaan laporan tugas akhir pengkajian ini, diharapkan penulis mendapatkan tambahan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman dari topik permasalahan yang diteliti. Melalui laporan tugas akhir ini pula diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan dalam mengembangkan produk Sepatu Ventela yang dijadikan sebagai topik penelitian.

Laporan akhir ini tentunya masih memiliki banyak kekurangan dan penulis dengan senang hati membuka ruang diskusi dan mengharapkan kritik dan saran agar dapat memberikan yang terbaik bagi laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat, menginspirasi dan motivasi semua pihak. Demikian yang dapat penulis sampaikan, kurang lebihnya mohon dimaafkan. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 27 Mei 2022


Raden Ayu Aurelia Fauzia
NIM 1810131027

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan laporan tugas akhir ini, tentunya tidak luput dari bantuan berbagai pihak sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Selama penyusunan laporan penulis mendapatkan banyak sekali dukungan, semangat, motivasi dan bantuan baik dalam bentuk moral dan materiil. Oleh karenanya, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya.

Baginda Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa petunjuk bagi seluruh umat manusia.

Orang tua (Bapak Abi dan Ibu Lolo) dan kakak laki-laki (Deval) yang senantiasa memberikan bantuan, doa dan dukungan.

Bapak Dr. Rahmawan D. Prasetya, S.Sn., M.Si. selaku Kepala Program Studi Desain Produk, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan banyak arahan dan dukungan selama proses penyusunan laporan.

Ibu RA Sekartaji Suminto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan dan dukungan selama proses penyusunan laporan.

Bapak Rachmat Kurniawan, S.Psi. yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan mengenai penelitian kuantitatif selama proses pengerjaan laporan.

Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Bapak Dr. Timbul Raharjo, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Bapak Udin dan Mas Nuri selaku staff karyawan Desain Produk yang selalu siap memberikan bantuan dan menyiarkan informasi terkait prosedur penyusunan laporan.

Wahyu Dwi R dan Renaldy Kevin R. P. yang telah banyak memberikan bantuan, nasihat dan dukungan dalam menangani masalah yang dihadapi selama proses penyusunan laporan.

Salvinia Virgita P., Dhio Dwiki N. P. dan Andika Muhammad R. (Ujang) yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungan selama proses penyusunan laporan.

Shania Sipayung yang telah memberikan banyak pencerahan, bantuan dan dukungan selama proses penyusunan laporan.

Seluruh mahasiswa Desain Produk Angkatan 2018 atas kerja sama, dukungan, suka duka dan kenangan selama delapan semester bersama.

Seluruh pihak yang telah banyak memberikan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 27 Mei 2022


Raden Ayu Aurelia Fauzia
NIM 1810131027

MOTTO

“Kita percaya sama kamu, jadi kamu harus percaya sama dirimu sendiri.”

(Renaldy Kevin Rizky Putra)

“*Nyatane koe iso kok..* (Nyatanya kamu bisa kok)”

(Wahyu Dwi Ramadhan)

“Jangan terlalu khawatir, kerjakan satu per satu. Yang dulu pernah selesai, yang sekarang juga pasti selesai. Kamu punya Allah.”

(Raden Ayu Aurelia Fauzia)

ABSTRAK

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli sepatu Ventela secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Citra merek dan harga sepatu Ventela dipilih sebagai objek penelitian karena tampilannya yang teridentifikasi mirip dengan Converse dan Vans namun harganya lebih terjangkau. Penelitian ini menggunakan variabel Citra merek (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas serta variabel Minat Beli (Y) sebagai variabel terikat. Metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis (uji F dan uji t). Data yang diperoleh berasal dari hasil penyebaran kuesioner dan diolah menggunakan Microsoft Excel 2007 dan SPSS 20. Responden yang diteliti merupakan konsumen sepatu Ventela sebanyak 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan pada uji F didapatkan nilai $F_{hitung} 52.915 > F_{tabel} 3.09$ dan nilai signifikansi $0 < 0.05$. Dalam uji t, diperoleh hasil $t_{hitung} 8.826 > t_{tabel} 1.98472$ pada uji pengaruh variabel citra merek terhadap minat beli dan $t_{hitung} 8.222 > t_{tabel} 1.98472$ pada pengaruh variabel harga terhadap minat beli dengan nilai signifikansi $0 < 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan pada citra merek dan harga terhadap minat beli sepatu Ventela baik secara parsial dan simultan.

Kata kunci: citra merek, harga, minat beli, sepatu ventela

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image and price on the purchase interest of Ventela shoes partially and simultaneously. This research used quantitative approach. The brand image and price of Ventela were chosen as the research object because of the brand notable visual resemblance to Converse and Vans with more affordable prices. This study used the variable brand image (X1) and price (X2) as independent variables and purchase interest (Y) as the dependent variable. The statistical method used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing (F test and t test). The collected data from questionnaires were processed using Microsoft Excel 2007 and SPSS 20. The respondents involved were 100 people of Ventela consumers. The results of this study indicate that in the F test, the F_{count} value is $52.915 > F_{table} 3.09$ and the significance value is $0 < 0.05$. In the t-test, the results obtained are $t_{count} 8.826 > t_{table} 1.98472$ on the test of the influence of the brand image variable on purchase interest and $t_{count} 8222 > t_{table} 1.98472$ on the effect of the price variable on purchase interest with a significance value of $0 < 0.05$. These results lead to the conclusion that in this research there is a significant influence on brand image and price for Ventela purchase interest both partially and simultaneously.

Keywords: *brand image, price, purchase interest, Ventela shoes*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | v |
| ABSTRAK..... | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| Bab I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Batasan Masalah | 4 |
| D. Tujuan dan Manfaat | 4 |
| Bab II..... | 6 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| A. Penelitian Terdahulu | 6 |
| B. Landasan Teori | 11 |
| C. Kerangka Konseptual Penelitian..... | 23 |
| D. Hipotesis..... | 24 |
| Bab III | 25 |
| METODE PENELITIAN | 25 |
| A. Identifikasi Variabel Penelitian | 25 |
| B. Definisi Operasional Variabel | 26 |

| | |
|---|-----------|
| C. Subyek Penelitian..... | 27 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 28 |
| E. Metode Analisis Data..... | 29 |
| Bab IV | 32 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 32 |
| A. Hasil Penelitian..... | 33 |
| B. Pembahasan | 53 |
| Bab V..... | 58 |
| PENUTUP | 58 |
| A. Simpulan..... | 58 |
| B. Saran..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 60 |
| LAMPIRAN | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Ventela Republic | 18 |
| Gambar 2. Ventela Armor | 18 |
| Gambar 3. Ventela Urban..... | 18 |
| Gambar 4. Detail bagian <i>upper</i> sepatu Ventela..... | 19 |
| Gambar 5. Bagian <i>insole</i> sepatu Ventela | 19 |
| Gambar 6. Detail jahitan sepatu Ventela..... | 20 |
| Gambar 7. Sepatu Ventela seri Public High yang memiliki <i>toe cap</i> dan <i>stripe</i> pada sisinya | 21 |
| Gambar 8. Sepatu Converse seri Chuck 70 HI Men's – Sunflower..... | 21 |
| Gambar 9. Sepatu Vans seri Kids Old Skool | 22 |
| Gambar 10. Salah satu seri sepatu Ventela dan sepatu Converse X CDG..... | 22 |
| Gambar 11. Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Usia..... | 35 |
| Gambar 12. Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 35 |
| Gambar 13. Grafik Jumlah Sepatu Ventela yang Paling Banyak Dimiliki..... | 38 |
| Gambar 14. Seri Sepatu Ventela yang Paling Banyak Dipilih Responden..... | 39 |
| Gambar 15. Grafik Jumlah Sosial Media yang Paling Aktif..... | 40 |
| Gambar 16. Grafik <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas..... | 46 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu..... | 6 |
| Tabel 2. Definisi Operasional Variabel..... | 26 |
| Tabel 3. Skala Likert..... | 28 |
| Tabel 4. Seri Sepatu Ventela berdasarkan Tahun Rilisnya | 36 |
| Tabel 5. Skor Rata-rata Indikator pada Variabel Citra Merek | 41 |
| Tabel 6. Skor Rata-rata Indikator pada Variabel Harga..... | 42 |
| Tabel 7. Skor Rata-rata Indikator pada Variabel Minat Beli | 43 |
| Tabel 8. Uji Normalitas menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov | 44 |
| Tabel 9. Uji Multikolinearitas | 45 |
| Tabel 10. Analisis Linear Berganda | 47 |
| Tabel 11. Uji F Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli | 48 |
| Tabel 12. Uji t Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli | 50 |
| Tabel 13. Uji t Pengaruh Harga terhadap Minat Beli | 51 |
| Tabel 14. Hasil Analisis Koefisien Determinasi | 52 |

Bab I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis yang disebabkan oleh terjadinya modernisasi dan globalisasi, pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan produk dengan berbagai keunggulannya dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Salah satu langkah yang diterapkan perusahaan dalam membedakan produknya dengan produk ciptaan produsen lain adalah dengan memperkenalkan identitasnya melalui merek. Keberadaan merek memudahkan konsumen untuk mengenali sebuah produk karena penerapan merek bukan hanya melalui nama atau logo, namun juga melalui desain produk, desain kemasan sampai dengan teknik pemasaran, yang ke depannya menjadi ciri khas perusahaan. Ciri khas merek tersebut yang membangun persepsi dan membentuk citra merek. Pentingnya sebuah perusahaan memiliki citra merek yang dipandang positif adalah karena citra merek inilah yang menjadi dasar terbentuknya keputusan membeli.

Selain citra merek, terdapat harga yang juga menjadi faktor penting yang mendasari keputusan membeli konsumen. Apabila sebuah produk memiliki kualitas yang baik ditambah harga yang terjangkau, konsumen cenderung akan memutuskan untuk membeli produk tersebut, terlebih pada produk yang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari konsumen, seperti produk kebutuhan sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (rumah/tempat tinggal). Seperti yang dinyatakan (Firmansyah, 2018), konsumen cenderung mencari harga terendah dengan kualitas terbaik, karena produk murah dengan kualitas unggul akan lebih banyak disukai. Salah satu industri produk kebutuhan sehari-hari yang banyak menjadi sorotan masyarakat adalah industri fesyen, terutama produk sepatu. Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh Shopback.com pada tahun 2016, produk fesyen seperti baju, tas, sepatu, gaun wanita, busana muslimah dan produk fesyen pria menempati posisi kedua dari tiga kategori produk yang paling digemari saat belanja *online* (Muhibar, 2016).

Sepatu kini bukan hanya digunakan sebagai pelengkap, namun telah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat. Berbagai produsen sepatu, baik lokal maupun internasional memproduksi produk sepatunya dengan berbagai keunggulan dan inovasi guna menjawab kebutuhan konsumen. Seiring dengan maraknya jargon '*Local Pride*' yang berarti bangga menggunakan produk lokal (Banindro, 2021), beberapa merek sepatu lokal Indonesia menjadi ramai dibicarakan oleh masyarakat seperti, Ventela, Compass, Aerostreet dan lainnya. Ulasan sepatu Ventela ini sempat menjadi topik hangat beberapa waktu lalu. Pada platform Youtube misalnya, beberapa *influencer*, seperti Dr. Tirta, Imam Darto dan Gading Martin ramai-ramai memberikan tanggapannya pada sepatu ini (Youtube.com, tanpa tahun).

Merek sepatu Ventela sendiri merupakan merek sepatu lokal yang berasal dari Bandung dan pertama kali diperkenalkan oleh William Ventela pada tahun 2017 (Ventela.com, tanpa tahun) serta dipasarkan melalui akun Instagram resminya, beberapa *e-commerce* dan *re-seller* dengan kisaran harga mulai dari IDR 195K (Lazada.com, tanpa tahun). Ventela merupakan jenis sepatu kanvas vulkanisir yang termasuk dalam jenis sepatu kasual dan berfungsi untuk pemakaian sehari-hari. Merek ini digandrungi anak muda karena dapat digunakan untuk sekolah ataupun kuliah, dengan harganya yang terjangkau dan penampakan visualnya yang menawan. Ventela juga memiliki beragam seri dan warna yang sesuai dengan selera anak muda masa kini.

Ventela sebagai merek sepatu lokal baru, mencitrakan produknya sebagai "The Perfect Shoes" yang dapat dipakai semua gender dari berbagai usia (Kusumaningtyas, 2020). Tidak ketinggalan, teknik pemasaran Ventela pun dilakukan secara *online* melalui media sosial, contohnya pada aplikasi TikTok. Tren membuka paket yang pengguna TikTok dapatkan melalui belanja *online* sepatu Ventela atau yang sering disebut sebagai *unboxing* serta memberikan rekomendasi produk tersebut pada penonton telah menjadi materi konten yang paling banyak diunggah. Tagar *#sepatuventela* yang berisi video-video ulasan dari berbagai kalangan pengguna TikTok tersebut juga berhasil mencapai 2,1 juta penonton (TikTok.com, tanpa tahun). Hal ini yang memperkuat asumsi bahwa sepatu Ventela ramai dibicarakan oleh berbagai kalangan. Banyak dari masyarakat

yang membeli, memberikan ulasan serta merekomendasikannya pada orang lain di internet.

Sepatu Ventela dipilih sebagai bahan penelitian dikarenakan Ventela adalah produk lokal baru yang teridentifikasi sebagai sepatu dengan tampilan desain yang mirip dengan pendahulunya, yakni sepatu Converse dan Vans dengan harga lebih rendah. Beberapa faktor yang menyebabkan Ventela dikatakan mirip dengan Converse dan Vans, di antaranya adalah:

1. Menggunakan teknik vulkanisir. Teknik vulkanisir merupakan metode pembuatan sol sepatu, dimana karet yang masih lembut ditempel dengan melingkari bentuk sepatu, kemudian dipanaskan dalam oven pada suhu tertentu selama beberapa saat (Aditya, 2020)
2. Memiliki bahan kanvas pada bagian *upper*.
3. Memiliki bagian *toe cap* pada ujung depan sepatu seperti pada ujung sepatu Converse.
4. Memiliki garis (*stripe*) yang melintang pada bagian samping *upper* layaknya sepatu Vans.

Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa Ventela memiliki persamaan yang identik dengan Converse dan Vans baik dari segi rupa, ciri khas maupun teknik pembuatannya. Hal ini menimbulkan berbagai pendapat dari kalangan masyarakat seperti, Ventela dipandang mirip dengan Converse dan Vans, sehingga tidak luput dari sebutan ‘peniru’.

Di tengah kontroversi desainnya, sepatu Ventela diketahui tetap memiliki banyak peminat di antara peminat sepatu impor yang telah menyandang citra merek yang sangat baik dan harga sepatu impor yang terbilang lebih tinggi dibanding sepatu lokal. Harga sepatu Ventela diketahui juga terbilang lebih rendah, mulai dari IDR 195K (Lazada.com, tanpa tahun) dibanding pesaingnya sesama merek lokal, seperti sepatu Compass dengan kisaran harga mulai dari IDR 570K (Blibli.com, tanpa tahun). Fenomena tersebut menimbulkan asumsi bahwa citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Ventela, baik secara baik secara masing-masing maupun secara bersamaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli sepatu Ventela baik secara simultan maupun parsial.

B. Rumusan Masalah

Variabel citra merek dan harga pada penelitian ini menarik untuk diteliti dikarenakan karakteristik sepatu Ventela yang menimbulkan berbagai asumsi, namun tetap menarik minat beli konsumen. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Ventela secara simultan?
2. Apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Ventela secara parsial?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus pada topik masalah yang telah ditentukan. Lingkup masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai adanya pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli sepatu Ventela baik secara parsial maupun simultan.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Ventela secara simultan.
- b. Mengetahui apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat beli sepatu Ventela secara parsial.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penulis diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai citra merek, harga dan pengaruhnya pada minat beli konsumen sepatu Ventela

melalui penelitian. Selain itu, penelitian ini dapat melatih kemampuan penulis dalam meneliti sebuah topik permasalahan yang ditemukan.

b. Bagi Institusi

Dapat menambah referensi sumber literatur bagi perpustakaan institusi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Desain Produk lainnya yang akan meneliti hal serupa.

c. Bagi Perusahaan Sepatu Ventela

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi sepatu Ventela dalam meningkatkan kualitas produknya melalui citra merek dan harga dengan meninjau perilaku konsumen berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan.

d. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman dan edukasi bagi masyarakat mengenai pengaruh citra merek dan harga sepatu Ventela terhadap minat beli konsumen.