**KATA PENGANTAR**



Artinya :

“Hai Orang-Orang Yang Beriman! Maukah Kamu Aku Tunjukkan Suatu Perdagangan Yang Dapat Menyelamatkan Kamu Dari Azab Yang Pedih? (10). (Yaitu) Kamu Beriman Kepada Allah Dan Rasul-Nya Dan Berjihad Di Jalan Allah Dengan Harta Dan Jiwamu. Itulah Yang Lebih Baik Bagi Kamu Jika Kamu Mengetahuinya (11) (*QS. As-Shaff : 10-11*)”.

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Desain Terhadap Minat Beli Sepatu Bata(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Kuala Tanjung Kabupaten Batu Bara)”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa membawa kita dari zaman zahiliyah ke zaman yang penuh ilmu dan iman.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.

 Akhirnya Penulis Berharap Semoga Skripsi Ini Dapat Bermanfaat Bagi Pihak Yang Memerlukan. Peneliti Mengucapkan Terima Kasih Kepada Semua Pihak Yang Telah Memberikan Masukan Sehingga Skripsi Ini Selesai. Oleh Karena Itu, Pada Bagian Ini Peneliti Ingin Menyampaikan Terima Kasih Dan Penghargaan Sebesar-Besarnya Kepada :

1. Bapak Dr. KRT Hardi Mulyono K Surbakti, Rektor Universitas Muslim Nusantara Al- Washliyah Medan.
2. Ibu Shita Tiara SE., AK, M.Si Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Yang Telah Memberikan Dorongan Dan Semangat Kepada Penulis Selama Penyelesaian Skripsi Ini.
3. Bapak Mutawaqil Billah T, SE., M.Si Sebagai Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washilyah Medan.
4. Bapak Zamalludin Sembiring, SE., MH Sebagai Pembimbing Pertama Yang Telah Tulus Ikhlas Bersedia Meluangkan Waktu Dan Memberikan Bimbingan Kepada Penulis Hingga Bisa Menyelesaikan Skripsi Ini.
5. Ibu Suhaila Husna Samosir, SE., MM, Sebagai Pembimbing Kedua Yang Telah Tulus Ikhlas Bersedia Meluangkan Waktu Dan Memberikan Bimbingan Kepada Penulis Hingga Penyelesaian Skripsi Ini.
6. Seluruh Staf Pengejar Dan Pegawai Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
7. Teristemewa, Ayah, Umi Tercinta Dan Adik- Adik Saya Yang Dengan Sabar Senantiasa Memberikan Do’a Dengan Penuh Keikhlasan Dan Semangat Kepada Peneliti Selama Kuliah Hingga Penyelesaian Skripsi Ini.
8. Seluruh Teman-Teman Saya Mahasiswa Manajemen E Angkatan 2016 Dan Juga Sahabat Tercinta Saya Yaitu: Winda Yani, Leny Anggraini, Evi Sahara, Adistya Suci Pradina, Dewi Kartika Lestari, Siti Nur Eliza, Yang Membantu Dan Memberikan Dorongan Kepada Penulis Selama Menyelesaikan Skripsi Ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna dan perlu pengembangan dan kajian lebih lanjut. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan Penulis terima demi penyempurnaan Skripsi ini dan semoga memberikan manfaat bagi orang yang membutuhkannya.

 Medan, September 2020

 Penulis,

 **Dian Chairani**

 **Npm: 163114293**

**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 5
	3. Batasan Masalah 5
	4. Rumusan Masalah 6
	5. Tujuan Penelitian 7
	6. Manfaat Penelitian 8
	7. Hipotesis 9

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10**

2.1.Pemasaran 10

 2.2.Brand Image 11

 2.2.1.Defenisi Brand Image 11

 2.2.2.Tolak Ukur Brand Image 15 2.2.3.Indikator Citra Merek 17

 2.3.Desain Produk 22

2.3.1.Defenisi Desain Produk 22

 2.3.2.Tujuan Desain 24

 2.3.3.Masalah Desain 24 2.3.4.Indikator Desain Produk 25 2.4.Minat Beli 26 2.4.1.Defenisi Minat Beli 26

 2.4.2.Tahapan Pembelian Konsumen 29

 2.4.3.Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli 30

 2.4.4.Indiikator Minat Beli 31

 2.5.Penelitian Terdahulu 31

 2.6.Kerangka Konseptual 32

**BAB III METODE PENELITIAN 35**

 3.1. Desain Penelitian 35

 3.2. Tempat, Objek, dan Waktu penelitian 35

 3.2.1. Tempat Penelitian 35 3.2.2. Objek Penelitian 36 3.2.3. Waktu Penelitian 36

 3.3. Populasi dan Sampel 38

 3.3.1. Populasi 38

 3.3.2. Sampel 38

 3.4. Variabel dan Indikator Penelitian 40

 3.4.1. Variabel 40

 3.4.2. Indikator 41

 3.4.3 Defenisi Operasional Variabel 42

 3.5. Instrumen dan Uji Instrumen Penelitan 44

 3.5.1. Uji Validitas 45

 3.5.2. Uji Reliabilitas 46

 3.6. Teknik Pengumpulan Data 46

 3.6.1. Observasi 46

 3.6.2. Angket (Kuesioner) 46

 3.6.3. Wawancara (Intetrview) 47

 3.7. Teknik Analisis Data 47

 3.7.1. Uji Asumsi Klasik 48

 3.7.2. Uji Normalitas 48

 3.7.2.1. Uji Heteroskedastisitas 49

 3.7.2.2. Multikolinieritas 50

 3.7.3. Analisis Regresi Berganda 51

 3.7.4. Uji Hipotesis 52

 3.7.5. Uji Koefisien Determinasi (R2) 53

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54**

 4.1.Hasil Penelitian 54

 4.1.1. Sejarah Sepatu Bata 54

 4.1.2. Visi Misi Bata Shoes 55

 4.1.3. Budaya 55

 4.1.4. Struktur Organisasi 56 4.1.5. Logo Sepatu Bata 56

 4.1.6. Sejarah perkembangan perusahaan PT Bata Tbk di

 Indonesia 57

 4.1.7. Sejarah Singkat Desa Kuala Tanjung 57

 4.1.8. Letak Geografis 58

 4.1.9. Topografi dan Hidrologi 59

 4.1.10. Demografi 59

 4.1.11. Arah Kebijikan Pembangunan Desa 59

 4.1.12. Visi dan Misi Desa 60

 4.1.12.1. Logo Kabupaten Batu Bara 60

 4.1.12.2. Visi Desa 60

 4.1.12.3. Misi Desa 60

 4.1.13. Struktur Organisasi 62

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian 63

 4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden 63

 4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden 63

4.2.3. Uji Instrumen Penelitian 83

4.2.3.1. Uji Validitas 83

 4.2.3.2. Uji Reabilitas 86

4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik 87

4.2.4.1. Uji Normalitas 87

 4.2.4.2. Uji Heteroskedasitas 91

 4.2.4.3. Uji Multikoloniaritas 92

4.2.5. Hasil Analisis Kuantitatif 93

4.2.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda 93

 4.2.5.2. Uji T 95

 4.2.5.3. Uji F 96

 4.2.5.4. Uji Koefisien Determinasi 97

4.2.6. Pembahasan Penelitian 99

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 101**

5.1. Kesimpulan 101

 5.2. Saran 101

**DAFTAR PUSTAKA 103**

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual 35

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Bata 54

Gambar 4.2. Logo Sepatu Bata 55

Gambar 4.3. Logo Kabupaten Batu Bara 58

Gambar 4.4. Struktur Organisasi Desa Kuala Tanjung 61

Gambar 4.5. Asumsi Normalitas Histogram 89

Gambar 4.6. Asumsi Normalitas Slot 90

Gambar 4.7. Asumsi Heteroskedasitas 91

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Top Brand Index 2019 2

Tabel 1.2 Penjualan SEPATU BATA 4

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 33

Tabel 3.1. Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian 38

Tabel 3.3. Instrumen Skala Likert 45

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 63

Tabel 4.3. Pernyataan 1 (Variabel X) 64

Tabel 4.4 Pernyataan 2 64

Tabel 4.5 Pernyataan 3 65

Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel 44

Tabel 4.6 Pernyataan 4 66

Tabel 4.7 Pernyataan 5 66

Tabel 4.8 Pernyataan 6 67

Tabel 4.9 Pernyataan 7 69

Tabel 4.10 Pernyataan 8 68

Tabel 4.11 Pernyataan 9 69

Tabel 4.12 Pernyataan 10 70

Tabel 4.13 Pernyataan 1 (Variabel X2) 70

Tabel 4.14 Pernyataan 2 71

Tabel 4.15 Pernyataan 3 72

Tabel 4.16 Pernyataan 4 72

Tabel 4.17 Pernyataan 5 73

Tabel 4.18 Pernyataan 6 73

Tabel 4.19 Pernyataan 7 74

Tabel 4.20 Pernyataan 8 75

Tabel 4.21 Pernyataan 9 75

Tabel 4.22 Pernyataan 10 76

Tabel 4.23 Pernyataan 1 (Variabel Y) 76

Tabel 4.24 Pernyataan 2 77

Tabel 4.25 Pernyataan 3 78

Tabel 4.26 Pernyataan 4 78

Tabel 2.27 Pernyataan 5 79

Tabel 2.28 Pernyataan 6 80

Tabel 2.29 Pernyataan 7 80

Tabel 4.30 Pernyataan 8 81

Tabel 4.31 Pernyataan 9 81

Tabel 4.32 Pernyataan 10 82

Tabel 4.33 Uji Validitas Variabel X1 84

Tabel 4.34 Uji Validitas Variabel X2 85

Tabel 4.34 Uji Validitas Variabel Y 86

Tabel 4.35 Uji Reliabilitas Variabel X1, Variabel X2 dan Variabel Y 87

Tabel 4.36 Uji Normalitas 88

Tabel 4.37 Uji Multikolinearitas 92

Tabel 4.38 Uji Regresi Linear Berganda 93

Tabel 4.39 Uji T 95

Tabel 4.40 Uji F 96

Tabel 4.41 Koefisien Determinasi 97

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner 106

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Angket Responden 111

Lampiran 3. Persentase Responden Berdasarkan Jawaban Pernyataan 135

Lampiran 4. Uji Validitas Dan Reliabilitas 143

Lampiran 5. Uji Manual 147

Lampiran 6. Tabel Distribusi (T) Dan Tabel (R) Untuk Df 149

Lampiran 7. Titik Persentase Distrbusi F 156