

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU SKECHERS
DI MALL CENTRAL PARK**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



Nama : Zulfadliansyah Ahmad

NIM : 041701503125038

Jurusan/Prodi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU SKECHERS
DI MALL CENTRAL PARK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen-Strata 1



Nama : Zulfadliansyah Ahmad

NIM : 041701503125038

Jurusan/Prodi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGE,
AND DIGITAL MARKETING ON THE DECISION TO
PURCHASE SKECHERS SHOES AT
THE CENTRAL PARK MALL***

THESIS

Study Program : Management



By:

Name : Zulfadliansyah Ahmad

NIM : 041701503125038

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

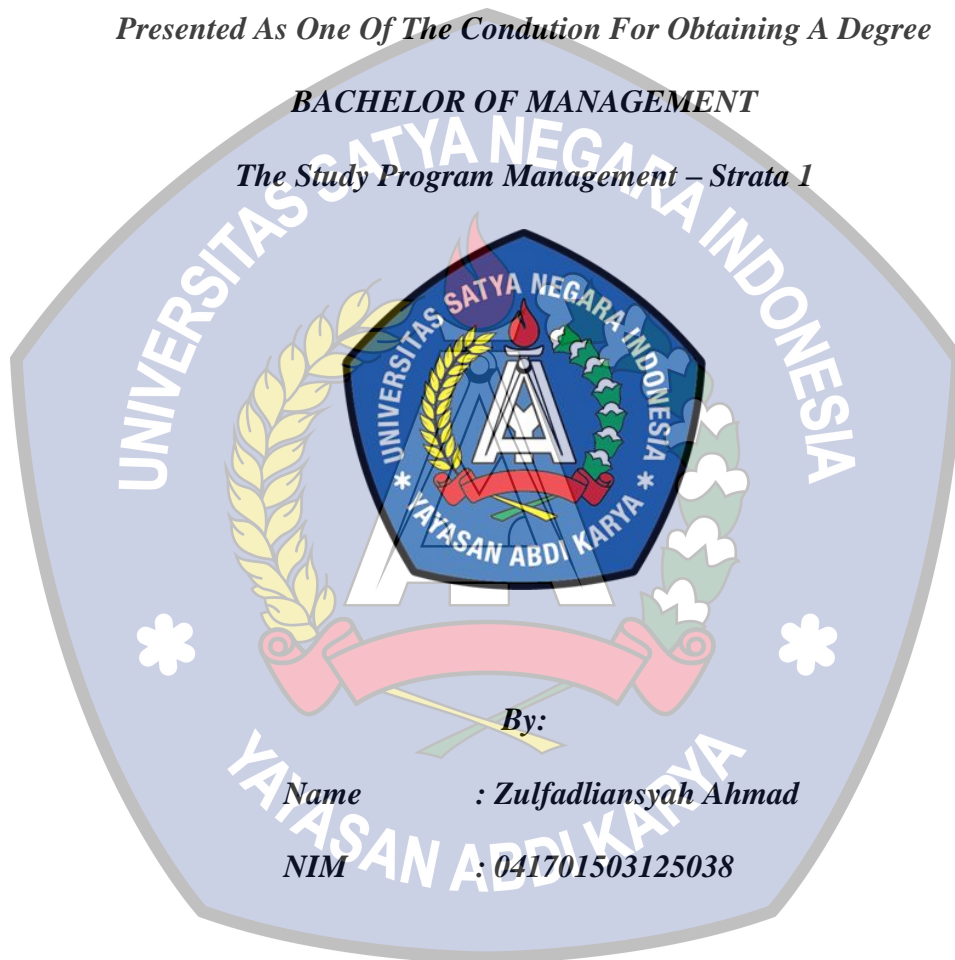
2022

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGE,
AND DIGITAL MARKETING ON THE DECISION TO
PURCHASE SKECHERS SHOES AT
THE CENTRAL PARK MALL***

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

The Study Program Management – Strata 1



By:

Name : Zulfadliansyah Ahmad

NIM : 041701503125038

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, citra merek, dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian sepatu Skechers di Mall Central Park. Desain penelitian ini adalah kausal kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepatu Skechers dan sampel penelitian berjumlah 77 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling*, dan penentuan sampel berdasarkan *Accidental Sampling*. Metode analisis data menggunakan uji kelayakan instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desain Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan Pemasaran Digital (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial Desain Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Citra Merek (X_2), Pemasaran Digital (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata kunci: Desain Produk, Citra Merek, Pemasaran Digital dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product design, brand image and digital marketing on the decision to purchase Skechers shoes at Central Park Mall. This research design is causal quantitative. The population in this study were all consumers who bought Skechers shoes and the research sample amounted to 77 respondents. The sampling technique used is Nonprobability Sampling, and the determination of the sample is based on Accidental Sampling. Methods of data analysis using instrument feasibility test, classical assumption test and hypothesis testing. The results show that Product Design (X_1), Brand Image (X_2), and Digital Marketing (X_3), simultaneously have a significant effect on Purchase Decisions. Partially Product Design (X_1) has no significant effect on Purchase Decision (Y) and Brand Image (X_2), Digital Marketing (X_3) has a significant effect on Purchase Decision (Y).

Keywords: *Product Design, Brand Image, Digital Marketing and Purchase Decision.*

