

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kuasa karunianya, berkat Kesehatan serta hikmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang memiliki judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE DI JAKARTA”** dengan lancar dan tepat waktu, dimana Tugas Akhir ini menjadi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelas Sarjana Manajemen Strata satu Universitas Pelita Harapan.

Peneliti mengetahui tanpa adanya dorongan, dukungan, semangat dan bimbingan dari berbagai pihak, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, Oleh sebab itu, peneliti ini memberikan ucapan terima kasih sebanyak banyaknya kepada pihak-pihak yang sudah ikut turut serta membantu dalam proses pembuatan tugas akhir ini yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Bapak Niel B. Nielson, MA., Ph. D selaku Penasihat Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi Retail.

5. Bapak Bambang Supnang, S.Si.,M.Si selaku Pembimbing Akademik peneliti di tahun 2017 sampai sekarang.
6. Bapak Hendra Achmadi, S.E., M.Mktg., sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyertai penulis dari awal pembuatan skripsi, memberikan waktunya untuk melakukan bimbingan setiap waktu, memberikan arahan serta ilmu pengetahuan dan dengan senantiasa memberika dukungan secara terus menerus kepada peneliti.
7. Kepada seluruh Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang sudah berkontribusi mengajarkan penulis dalam proses Pendidikan yaitu dengan berbagi ilmu dan membagikan pengalaman yang berharga selama penulis menuntun ilmu perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membanu penulis dalam kegiatan administrative selama masa perkuliahan.
9. Kepada orang tua, koko, dan anggota keluarga yang tiada henti memberikan doa, motivasi, dukungan dan kasih sayang kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman tahun 2017 yang dengan senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
11. Kepada sahabat penulis di Manado Ellicia Palit, Eunike Pelealu, Alma Pitoy, Natalya Dapu, dan Vania Adiguna yang terus

memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir di Manado.

12. Kepada sahabat yang merantau bersama dengan penulis di Jakarta Bella Sutedja, Thesa Gabriella yang terus membantu serta memberikan semangat kepada penulis.
13. Seluruh sahabat peneliti di Jakarta Natasha Marchenia, Priscillia Wirjadinata, dan Ryan Herlim dengan setia membantu, menemani, membimbing serta memberikan dukungan yang besar kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir dengan sabar.
14. Kepada Group NCT 2020 yang sudah dapat menemani penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir hingga dapat selesai dengan baik.
15. Kepada Jaehyun yang sudah menemani dan menghibur penulis selama mengerjakan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa penelitian Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti sangat terbuka atas kritik, saran, dan masukan yang dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan juga menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Tangerang, 04 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Definisi Konstruk/Variabel	14
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.1 proses keputusan pembelian.....	17
2.1.2 Pengartian Brand Image.....	19
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.1.4 Pengartian Word of Mouth	26
2.2 Hubungan Antar Konstruk	28
2.2.1 Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29

2.2.3 Hubungan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Unit Analisis.....	31
3.3 Tipe Penelitian.....	32
3.4 Operasional Variabel Penelitian	33
3.4.1 Brand Image (X1)	34
3.4.2 Kualitas Produk (X2)	34
3.4.3 Word of Mouth (X3).....	34
3.4.4 Keputusan Pembelian (Y1).....	35
3.5 Populasi dan Sampel	40
3.5.1 Populasi.....	40
3.5.2 Sampel.....	40
3.5.3 Penentuan Jumlah Sampel	41
3.5.4 Metode Penarikan Sampel	42
3.6 Teknik Pembuatan Kuesioner	43
3.6.1 Skala Pengukuran.....	43
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.7 Metode Analisis Data	49
3.7.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	50
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	53
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	55
3.8.1 Uji Validitas	56
3.8.2 Uji Realibilitas	59
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	61
3.9.1 Pengukuran Model Outer	61
3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Pre-Test.....	61
3.9.1.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pre-Test	65
3.9.2 Uji Realibilitas	66

5.3. Keterbatasan	94
5.4. Saran untuk Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Sepatu Converse di Indonesia Tahun 2020	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 3.1 PLS-SEM	53
Gambar 3.2 Path Model PLS Algorithm Pre Test	62
Gambar 4.1 Path Model PLS Algorithm Post Test	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	10 Best Sneaker Brands	4
Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2	Perbedaan Skala Pengukuran	45
Tabel 3.3	Skala Likert	46
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Konvergen Pre-Test Outer Loadings	62
Tabel 3.5	Tabel R Square Pre-Test	63
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Konvergen Pre-Test Cronbach's Alpha	64
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Konvergen Pre-Test Average Variance Extracted (AVE).....	64
Tabel 3.8	Hasil Uji Diskriminan Pre-Test Fornell dan Larcker	65
Tabel 3.9	Hasil Uji Diskriminan Pre-Test Heterotrait Monitrait (HTMT).....	66
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	67
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan gender	69
Tabel 4.2	karakteristik responden berdasarkan umur.....	69
Tabel 4.3	karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir.....	70
Tabel 4.4	karakteristik responden berdasarkan pekerjaan atau profesi.....	71
Tabel 4.5	karakteristik responden berdasarkan penghasilan bulanan	72
Tabel 4.6	karakteristik responden berdasarkan sumber informasi	73
Tabel 4.7	karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian	74
Tabel 4.8	karakteristik responden berdasarkan lama pemakaian	75
Tabel 4.9	karakteristik responden berdasarkan domisili	76
Tabel 4.10	Uji Validitas Konvergen Loading Faktor	78
Tabel 4.11	Validitas Konvergen-AVE.....	79
Tabel 4.12	Uji Validitas Diskriminan Fornell and Larcker	80
Tabel 4.13	Uji Validitas Diskriminan HTMT	81
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas-Composite reliability dan Cronbach's Alpha ..	82
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	84
Tabel 4.16	Pengujian Multikolinearitas (outer VIF Values).....	85

Tabel 4.17 Pengujian Multikolinearitas (inner VIF Values)..... 86
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis 87

