



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan

Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

Website: [www.ubharajaya.ac.id](http://www.ubharajaya.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: SKET/095/I/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.  
NIP : 2206560  
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Aulia Fitria Wulandari<sup>1</sup>  
NPM : 201910325306  
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Andrian, S.E., M.M.<sup>2</sup>  
NIDN : 0321077102  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.<sup>3</sup>  
NIDN : 0329017202  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "PERAN DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA PADA GENERASI Z DI DESA TRIDAYA SAKTI" telah terbit pada Volume 2, Nomor 9, e-ISSN: 2963-1181, September 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIP : 2206560

Tembusan:

- Arsip.



## PERAN DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SEPATU VENTELA PADA GENERASI Z DI DESA TRIDAYA SAKTI

Aulia Fitria Wulandari<sup>1</sup>, Andrian<sup>2</sup>, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: [auliaf41@gmail.com](mailto:auliaf41@gmail.com)<sup>1</sup>, [andrian@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:andrian@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>,  
[franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>3</sup>

### Article History

Received : 21-08-2023

Revised : 28-08-2023

Accepted : 31-08-2023

### ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu desain produk, kualitas produk dan citra merek, variabel terikat minat beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus hair. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sepatu ventela dengan sampel 144 responden. Berdasarkan hasil penelitian, dalam uji parsial (T) variabel Desain Produk memiliki pengaruh negatif terhadap Minat Beli dengan nilai 0.178 (t-hitung) < 1.655 (t-tabel) dengan nilai signifikan 0.859 > 0.05. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli dengan nilai 5.532 (t-hitung) > 1.655 (t-tabel) dengan nilai signifikan 0.000 < 0.05 dan variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli dengan nilai 4.173 (t-hitung) > 1.655 (t-tabel) dengan nilai signifikan 0.000 < 0.05. Selanjutnya dalam uji simultan (F) variabel Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Minat Beli dengan nilai (f-hitung) sebesar 60.298 > 2.67 (f-tabel) dengan nilai signifikan 0.000 < 0.05. kemudian uji determinasi (R<sup>2</sup>) dihasilkan bahwa korelasi antara tiga variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 55.4%.

### ABSTRACT

*This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely product design, product quality and brand image, the dependent variable is buying interest. The method used in this study is a quantitative method, where this study uses purposive sampling calculations with the hair formula. The population in this study were all consumers of ventella shoes with a sample of 144 respondents. Based on the results of the study, in the partial test (T) the Product Design variable has a negative influence on Purchase Intention with a value of 0.178 (t-count) < 1.655 (t-table) with a significant value of 0.859 > 0.05. Product Quality variable has a positive influence on Purchase Intention with a value of*

**Kata Kunci:** Citra Merek; Desain Produk; Kualitas Produk; Minat Beli

**Keywords:** Brand Image; Buying Interest; Product Design; Product Quality