

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE**



**OLEH:
NATASYA OCTAVIONA
3903019064**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Jurusan Manajemen

OLEH:

NATASYA OCTAVIONA

3903019064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE**

Oleh:

NATASYA OCTAVIONA

3903019064

Telah disetujui dan diterima baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Wahyu Prabawati Putri H, S.T., M.M.

NIDN. 0711088902

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Natasya Octaviona (NIM: 3903019064)

Telah diuji pada tanggal 13 Desember 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., CFP.

NIDN. 0717128001

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPMA.

NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NATASYA OCTAVIONA

NIM : 3903019064

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Sepatu Nike

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya
ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh
Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula
bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital
library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Madiun, 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Natasya Octaviona)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang dengan kasih dan karuniaNya selalu menuntun dan membimbing saya sehingga skripsi ini telah selesai dengan baik. Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike”

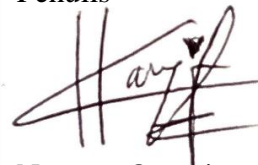
Selama menjalani perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa banyak pihak telah membantu penulis baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan anugerah-Nya telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moral, doa, kasih sayang maupun materi selama perkuliahan;
3. Ibu Wahyu Prabawati Putri H, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan bimbingan bagi penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan;
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun;
5. Bapak/Ibu Dosen dan staf TU Program Studi Manajemen Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu dan nasihat berharga selama menempuh kuliah;
6. Orang-orang terdekat saya selama proses pengerjaan skripsi selama kuliah: Julia, Bryan, Pinta dan Vandy yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada saya dalam pengerjaan skripsi ini;
7. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan tahun 2019 atas kebersamaan yang dilalui selama masa perkuliahan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga Tuhan membalas semua kebaikan, sama seperti kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak hal yang masih harus diperbaiki. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti dan membantu penulis untuk kedepannya. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Madiun, 3 Januari 2024

Penulis



Natasya Octaviona

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.3 Kualitas Produk	10
2.1.4 Citra Merek.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.2 Hipotesis Penelitian	23

2.4 Model Penelitian	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	24
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian	24
3.2.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.3.2 Sumber Data	27
3.4 Metode atau Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1 Metode Pengumpulan Data Primer	28
3.4.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder	28
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6 Analisis Data	30
3.6.1 Statistik Deskriptif	30
3.6.2 Uji Kualitas Data	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	32
3.6.5 Uji Koefisien Determinan (R^2)	33
3.6.6 Uji Koefisien Regresi Berganda (Uji t)	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.2 Gambaran Umum Responden	35
4.2 Deskripsi Data	35
4.2.1 Deskripsi Responden	35
4.2.2 Deskripsi Variabel	38
4.3 Uji Kualitas Data	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	43

4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	45
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	46
4.3.6 Uji Hipotesis	46
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	48
4.4.2 Pengaruh Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian	49
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Keterbatasan	50
5.3 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Sepatu di Indonesia Tahun 2019-2022	1
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Indikator Variabel Kualitas Produk (X1).....	25
Tabel 3.2	Indikator Variabel Citra Merek (X2).....	26
Tabel 3.3	Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	26
Tabel 3.4	Skala Penilaian Kuesioner	28
Tabel 3.5	Interval Rentang Skalasam.....	30
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	36
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	37
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5	Interval Rentang Skala.....	38
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	39
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	40
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Data	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Metode <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.13	Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 3.1 Daerah Penolakan Dan Penerimaan Hipotesis.....	34
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	44
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kualitas Produk.....	47
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Citra Merek....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike	54
Lampiran 2. Uji Karakteristik Responden Karakteristik Responden	57
Lampiran 3. Usia	65
Lampiran 4. Jenis Kelamin.....	66
Lampiran 5. Pekerjaan	66
Lampiran 6. Penghasilan	66
Lampiran 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	67
Lampiran 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merk.....	69
Lampiran 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	70
Lampiran 10. Validitas Data	72
Lampiran 11. Reliabilitas Data.....	74
Lampiran 12. Uji Normalitas.....	74
Lampiran 13. Uji Multikolinearitas	75
Lampiran 14. Uji Heteroskedastisitas	75
Lampiran 15. Analisis Regresi Linier Berganda	76
Lampiran 16. Koefisien Determinasi	77
Lampiran 17. Uji Statistik T.....	77
Lampiran 18. R Tabel	78
Lampiran 19. T Tabel	81

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua orang yang pernah melakukan pembelian sepatu merek Nike. Penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions for Nike shoes. The population in this study is all people who have purchased Nike brand shoes. This study used tecnic snowball sampling and obtained a sample of 100 respondents. The research method used is a quantitative approach using multiple linear regression analysis using the SPSS version 20 program. The results of this research show that product quality has a significant effect on purchasing decisions. Likewise, brand image has a significant influence on the decision to purchase Nike shoes.

Keywords : *Product Quality, Brand Image, Pirchase Decision.*