

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Pada Sepatu Sneakers Merek Puma di Jakarta Barat)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Pada Sepatu Sneakers Merek Puma di Jakarta Barat)

**Skripsi Diajukan Unutk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Angga Dwi Angsari  
NIM : 43120010261

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Dwi Angsari

NIM : 43120010261

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Juni 2024



Angga Dwi Angsari

NIM: 43120010261

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	25 September 2024				

### SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : ANGGA DWI ANGSARI  
**NIM** : 43120010261  
**Fakultas / Program Studi** : FEB / Manajemen  
**Jenis** : Skripsi  
**Judul Tugas Akhir** : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Sepatu Sneakers Merek Puma di Jakarta Barat)  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 18%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **18%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 March 2026  
**Kepala Biro Perpustakaan**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
 Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket:** Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

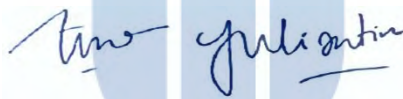
2026/Maret/16/0000000943/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Angga Dwi Angsari  
NIM : 43120010261  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Sepatu Sneakers Merek Puma di Jakarta Barat)  
Tanggal Sidang : 28 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tine Yuliantini, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10255926



Scan QR or [click here](#) to  
Verification

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Sneakers Merek PUMA di Jakarta Barat”.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Ibu Dr. Tine Yuliantini, S.Par, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

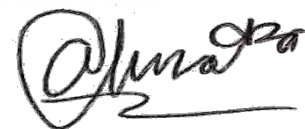
1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

5. Para sahabat saya dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan dorongan untuk menyusun skripsi ini Akmal, Bagas, Bima, Darrel, Sidiki, Fais, Mario, Mulyadi, Putra, Reza, Sadnay, Suga, Raflizal, dan Cheryl.
6. Teristimewa untuk orang tua saya tercinta Ibu Yarti dan Bapak Sularno Rusdianto yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan meningkatkan pengetahuan, baik bagi penulis maupun pembaca secara umum.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 05 Februari 2025



Angga Dwi Angsari

NIM: 43120010261

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI  
REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Angga Dwi Angsari*  
NIM : 43120010261  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS  
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI

(Studi Pada Sepatu Sneakers Merek Puma di Jakarta Barat)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Maret 2026

Yang Menyatakan:



**Angga Dwi Angsari**

**NIM: 43120010261**

## ABSTRAK

Sepatu sneakers merek Puma merupakan salah satu produk fashion yang populer di kalangan masyarakat urban, khususnya di Jakarta Barat. Citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat beli sepatu sneakers Puma. Sebanyak 170 responden dengan rentang usia kurang dari 26 sampai lebih dari 45 tahun dipilih sebagai sampel penelitian menggunakan rumus Hair. Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner online menggunakan Google Form dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu sneakers Puma di Jakarta Barat. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu, persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran Puma dalam meningkatkan daya tarik produk dan keputusan pembelian konsumen di wilayah Jakarta Barat.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli, Sepatu Sneakers Puma



## ABSTRACT

Puma sneakers are a popular fashion product among urban consumers, particularly in West Jakarta. Brand image, product quality, and price perception are important factors influencing consumer purchase intention. This study aims to analyze the influence of these three variables on purchase intention for Puma sneakers. A total of 170 respondents, aged under 26 to over 45, were selected as the research sample using the Hair formula. Data were collected through an online questionnaire survey using Google Forms and a purposive sampling technique. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results showed that brand image had a positive and significant effect on purchase intention for Puma sneakers in West Jakarta. Product quality also had a positive and significant effect on purchase intention. In addition, price perception had a positive and significant effect on consumer purchase intention. These findings have important implications for Puma's marketing strategy to increase product appeal and consumer purchasing decisions in West Jakarta.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Intention, Puma Sneakers



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>0</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	15
<b>BAB II</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Minat Beli	19
3. Citra Merek	24
4. Kualitas Produk	26
5. Persepsi Harga	30
6. Penelitian Terdahulu	35
B. Pengembangan Hipotesis	41
C. Kerangka Konseptual	45
D. Hipotesis	46
<b>BAB III</b>	<b>47</b>

<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>47</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian	47
B. Desain Penelitian	47
C. Definisi dan Oprasional Variabel	48
1. Definisi Variabel	48
2. Operasional Variabel	50
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sempel	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
F. Metode Pengumpulan Data	56
G. Metode Analisa Data	57
1. Analisis Deskriptif	57
2. Uji Instrumen	58
3. Analisis Partial Least Square	59
4. Langkah-Langkah Uji Analisis PLS	59
<b>BAB IV</b>	<b>64</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	64
B. Statistik Deskriptif	65
1. Karakteristik Responden	65
2. Deskripsi Variabel	66
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	69
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)	69
2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
<b>BAB V</b>	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pra-Survei	8
2.1 Penelitian Terhadap	32
3.1 Operasional Varibel	47
3.2 Skala Likert	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Tempat Konsumen Indonesia membeli Sepatu Sneakers	3
1.2 Merek Sneakers paling disukai masyarakat Indonesia	5
2.1 Kerangka Pemikiran	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	88
2. Tabulasi Hasil Kuesioner	92
3. Hasil Output Smart-PLS	112

