

**PENGARUH *PRICE, PROMOTION, QUALITY PRODUCT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK NIKE
SKRIPSI**



Nama : Felicia
NIM : 43118120189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *PRICE, PROMOTION, QUALITY PRODUCT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK NIKE
SKRIPSI**

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



Nama: Felicia

NIM : 43118120189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Felicia

NIM : 43118120189

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juni 2023



Felicia

NIM. 431181120189

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Felicia
NIM : 43118120189
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Price, Promotion, Quality Product terhadap Purchase Intention produk Nike
Tanggal Sidang : 29 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233089



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli produk hijau Nike. Populasi yang dianalisis pada penelitian ini adalah konsumen yang telah mengetahui produk Nike. Adapun jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 150 konsumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Smart-PLS (Partial Least Square)*, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Disarankan Nike sering memberikan potongan pada produk-produk yang dijualnya, terutama pada produk-produk yang mendukung kampanye menjaga pelestarian lingkungan. Selain itu, disarankan Nike secara aktif melakukan *bazaar* terutama berkaitan dengan memeriahkan hari-hari bersejarah seperti kematian Kobe Bryant sebagai atlet yang memiliki sepatu Nike atau hari-hari bersejarah Michael Jordan melalui *brand air jordan*.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, promotion and quality of product in purchase intention of Nike. The population analyzed in this study are consumers who already know these products. The number of samples analyzed were 150 consumers. Data analysis was carried out using Smart-PLS (Partial Least Square), with the research instrument in the form of a questionnaire. The research results show that price has a positive and significant effect on purchase intention, promotion has a positive and significant effect on purchase intention, and product quality has a positive and significant effect on purchase intention. It is recommended that Nike often provide discounts on the products it sells, especially on products that support campaigns to preserve the environment. Apart from that, it is recommended that Nike actively hold bazaars, especially those related to celebrating historical days such as the death of Kobe Bryant as an athlete who owned Nike shoes or the historic days of Michael Jordan through the Air Jordan brand.

Kata Kunci: *Price, Promotion, Quality Product, Purchase Intention*



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan YME, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PRICE, PROMOTION, QUALITY PRODUCT TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK NIKE”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Yanto Ramli, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph. D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bpk. Hery Derajad Wijaya, S.Kom., MM selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan proposal skripsi.

5. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlsannya mencurahkan seluruh ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang telah memberikan dorongan dan sumbangan pemikiran kepada penulis dan terima kasih untuk kebersamaannya selama masa kuliah.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan prosposal skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Terima kasih

Jakarta, Juni 2023

Felicia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
1. Permasalahan Lingkungan	2
2. Sepatu Nike, <i>Go Green</i>	8
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian.....	17
1. Kontribusi Praktis.....	18
2. Kontribusi Teoritis	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
A. Kajian Pustaka.....	20
1. Manajemen Pemasaran	20
2. <i>Price</i>	22
3. <i>Promotion</i>	25
4. <i>Quality Product</i>	29
5. <i>Purchase Intention</i>	32
6. Penelitian Terdahulu.....	34
B. Pengembangan Hipotesis	38
1. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	38

2.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	39
3.	Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	39
4.	Kerangka Pemikiran	40
BAB III	METODE PENELITIAN.....	41
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	41
B.	Desain Penelitian.....	41
C.	Definisi dan Operasional Variabel	42
1.	Definisi Variabel	42
2.	Operasional Variabel	43
b.	Skala Pengukuran Variabel	44
c.	Populasi dan Sampel Penelitian	46
1.	Populasi	46
2.	Sampel	46
d.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
e.	Metode Analisis Data.....	48
1.	Analisis Deskriptif.....	48
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A.	Analisis Deskriptif	53
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
2.	Deskripsi Responden	54
3.	Deskripsi Variabel	58
B.	Hasil Analisis Data.....	62
1.	Evaluasi <i>Measurment (Outer Model)</i>	62
2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	68
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	72
1.	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	72
2.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
3.	Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	74
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	76
A.	Simpulan	76

B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peningkatan Sampah Plastik di Indonesia	3
Tabel 1. 2 Peringkat merek sepatu berdasarkan pendapatan.....	9
Tabel 1. 3 Top Brand Index Sepatu Olahraga.....	10
Tabel 1. 4 Hasil pra-survei pengguna sepatu Nike	15
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	56
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	56
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	57
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Produk per Bulan	57
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i>	58
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel <i>Price</i>	59
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel <i>Promotion</i>	60
Tabel 4.10 Hasil Deskripsi Variabel <i>Quality Product</i>	61
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	62
Tabel 4.12 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i>	65
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	65
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	67
Tabel 4.16 Hasil <i>R-Square</i>	68
Tabel 4.17 Hasil Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	69
Tabel 4.18 Hasil Nilai Model Fit	69
Tabel 4.19 Hasil Nilai <i>Effect Size</i>	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nike Air VapoxMax 2020 Flyknit	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 PLS Algoritma.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Jawaban Responden.....	81
Lampiran 2 Hasil Outer Model	95
Lampiran 3 Hasil Inner Model.....	97

