

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU VENTELA**

(Studi Pada Pengguna Sepatu Ventela di Jakarta Barat)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Mariska Amelia Hidayat

NIM : 43120010174

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

JAKARTA

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU VENTELA**

(Studi Pada Pengguna Sepatu Ventela di Jakarta Barat)

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

Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Mariska Amelia Hidayat

NIM : 43120010174

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Mariska Amelia Hidayat

NIM : 43120010174

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya



Jakarta, 25 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



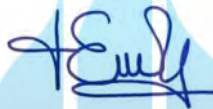
Mariska Amelia Hidayat
43120010174

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mariska Amelia Hidayat
NIM : 43120010174
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela (Studi Pada Pengguna Sepatu Ventela di Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 16 Juli 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244004



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu ventela. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang sudah melakukan pembelian produk sepatu ventela di wilayah Jakarta Barat. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 145 orang dengan menggunakan teknik metode *Purposive Sampling*. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square. (PLS 4.0). Desain penelitian ini adalah penelitian kausal dengan metode analisis data menggunakan PLS SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand, price and product quality on purchasing decisions for ventela shoes. The population in this study were Mercubuana Meruya University students who had purchased ventela shoe products. The samples used were students who were active at Mercu Buana Meruya University, students aged 15-45 years, and students who had purchased ventela shoe products. Selection of the sample using purposive sampling method. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Methods of data analysis using Partial Least Square. (PLS 4.0). The design of this research is causal research with data analysis method using PLS SEM. The results of this research show that Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Price has a positive and significant effect on purchase decisions. Product quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sepatu Ventela di Jakarta Barat. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 Cut Edwina Safia Oebit, SE, 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. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Daru Asih, M. Si selaku dosen Metodologi Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Orang tua tercinta, dan keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
6. Sahabat penulis grup Jom. Malia Nastia Ramanda, Aldini Septiani, Wia Fatmawati, Zagita Andini, Yulya Aisyah Putri, Fadhillah Oktaviana, Adisti

Ummairoh, Lina Agustina dan Fitri Diana yang telah banyak membantu dan kebersamai proses penulis dari awal proposal skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, dukungan dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.

7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini.
9. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini

Penulis menyadari 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 segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 31 Maret 2023

Mariska Amelia Hidayat

43120010174

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBALEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku Konsumen.....	14
2. Keputusan Pembelian	15
3. Citra Merek	17
4. Harga.....	20
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Pengembangan Hipotesis.....	27
D. Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	33

1. Definisi Variabel.....	33
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi Penelitian	38
2. Sampel Penelitian	38
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Metode Analisa Data	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Uji Instrumen	41
3. Analisis Partial Least Square	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Analisis Deskriptif.....	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
2. Deskripsi Responden	50
3. Deskriptif Variabel	53
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (<i>Outer Model</i>) ..	56
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (H1) ..	68
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	69
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Sepatu Ventela	10
Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	52
Tabel 4. 4 Pendapatan Per Bulan	52
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	53
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Harga.....	54
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	54
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	58
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross loading)</i>	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i>	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell- Larcker Criterion)</i>	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Coefficient of determination (R²)</i>	64
Tabel 4. 16 Hasil <i>Prediction Relevance (Q²)</i>	65
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>f² Effect Size</i>	66
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1. 1	Proporsi Jumlah Transaksi Produk di <i>E-Commerce</i>	2
1. 2	Nilai Pasar Industri Sepatu di Indonesia Tahun 2018-2021 (Triliun)...	3
1. 3	Jumlah Reseller Sepatu Ventela di Jakarta	4
1. 4	Vans yang Take Down postingan Instagram Reseller Ventela.....	6
2. 1	Kerangka Konseptual.....	30
4. 1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	57
4. 2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	59
4. 3	Hasil <i>Bootstrapping</i> (Uji Hipotesis).....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 1	Prasurvey	79
Lampiran 2	Kuesioner.....	81
Lampiran 3	Data Jawaban Responden	85
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskripsi Responden.....	100
Lampiran 5	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Jawaban Responden.....	101
Lampiran 6	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	102
Lampiran 7	Hasil Pengujian Model Structural (Inner Model).....	106



UNIVERSITAS
MERCU BUANA