

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SEPATU
ADIDAS**

Studi Pada Pengguna Sepatu Adidas Jakarta Barat

SKRIPSI



Nama : Lisa Fionita

Nim : 43121010267

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

JAKARTA

2025

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

ADIDAS

Studi Pada Pengguna Sepatu Adidas Jakarta Barat

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



Nama : Lisa Fionita

Nim : 43121010267

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

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Fionita

NIM : 43121010267

Program Studi : S1 Manajemen

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Mei 2025



Lisa Fionita

43121010267

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : LISA FIONITA
NIM : 43121010267
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SEPATU ADIDAS Studi Pada Pengguna Sepatu Adidas Jakarta Barat
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang 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, 07 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Agustus/07/0000000325/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lisa Fionita
NIM : 43121010267
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Sepatu Adidas Studi Pada Pengguna Sepatu Adidas Jakarta Barat
Tanggal Sidang : 26 Juni 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, 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-07255164



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

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian brand sepatu Adidas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk sepatu Adidas di wilayah Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 210 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner menggunakan skala ordinal sebagai alat penelitian kuesioner, dengan metode analisis data yang diolah dengan menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



ABSTRAK

This research aims to test and analyze the influence of product quality, brand image and price perception on purchasing decisions for the Adidas shoe brand. The population in this research are consumers who have purchased Adidas shoe products in the Jakarta area. Sampling in this research used Purposive Sampling Technique with a sample size of 210 respondents. This research is quantitative research with a data collection method using a survey, with the research instrument being a questionnaire using an ordinal scale as a questionnaire research tool, with a data analysis method processed using Partial Least Square. The results of this study showed that product quality, brand image and price perception have a positive and significant effect on purchasing decisions.

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



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Brand Sepatu Adidas“

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama pada;

1. Prof. Dr.Andi Adriansyah, 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 Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
5. Teristimewa, kepada kedua Orang Tua penulis, Bapak Nurdin dan Ibu Jusmaniar yang selalu memberikan doa dan dukungan serta memberikan

banyak motivasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini tepat waktu.

6. Kepada semua saudara, kerabat dan teman-teman seperjuangan penulis yang selalu memberikan dukungan agar penulis semangat menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang berjuang tanpa henti, seorang dengan impian yang tinggi, yang terkadang dipenuhi keraguan dan kelelahan tetap memilih untuk terus melangkah. Untuk diri ini yang tak pernah berhenti bermimpi, meski jalan yang ditempuh tak selalu mudah. Seseorang yang diam-diam menyimpan tekad yang besar untuk membuktikan bahwa ia mampu berdiri tegak dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Untuk diri sendiri yang terbiasa terlihat ceria dan tak banyak bicara tentang lelahnya, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini dan telah mempercayai proses meski jalannya panjang dan tak selalu indah.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Maret 2025

Lisa Fionita

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Keputusan Pembelian	16
3. Kualitas Produk	21
4. Citra Merek	25
5. Persepsi Harga	28
6. Penelitian Terdahulu	31
B. Pengembangan Hipotesis	37
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	38

3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
C. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
1. Waktu Penelitian	42
2. Tempat Penelitian.....	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	43
1. Definisi Variabel	43
2. Definisi Operasional Variabel.....	45
D. Skala Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
1. Populasi Penelitian.....	50
2. Sampel Penelitian.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
1. Sejarah Perusahaan.....	58
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	59
B. Statistik Deskriptif	60
1. Deskripsi Responden.....	60
2. Deskripsi Variabel.....	64
C. Hasil Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>)	70
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	70
2. Evaluasi Structural Model (<i>Inner Model</i>)	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian	84

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Komparasi Brand	4
1.2	Daftar Hasil Pra-Survey	7
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.5	Instument Skala Likert	49
4.1	Jenis Kelamin Responden	61
4.2	Pekerjaan Responden	62
4.3	Pendapatan Responden.....	63
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	64
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	66
4.6	Deskripsi jawaban Responden Variabel Citra Merek	67
4.7	Deskripsi Jawaban responden Variabel Persepsi Harga	68
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	72
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	74
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	76
4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	78
4.12	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	79
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite reliability</i>	79
4.14	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	81
4.15	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	81
4.16	Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Lima Teratas Belanja Masyarakat dalam Industri Olahraga.....	2
1.2	Hasil Komparasi Brand	3
2.1	Kerangka Pemikiran.....	40
4.1	Hasil Uji Algoritma PLS.....	71
4.2	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i> (Modifikasi).....	74
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	96
2.	Tabulasi Jawaban Responden	101
3.	Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (<i>Outer Model</i>).....	119

