

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

SKRIPSI



Nama : Muhammad Khadaffi
NIM : 43121010111

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

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

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Dalam Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta**



Nama : Muhammad Khadaffi
NIM : 43121010111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Khadaffi

NIM : 43121010111

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa 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 dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juli 2025



Muhammad Khadaffi
NIM 43121010111

	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 : MUHAMMAD KHADAFFI
NIM : 43121010111
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA INDONESIA
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** 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, 29 July 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/Jul/29/0000000247/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Khadaffi
NIM : 43121010111
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA INDONESIA
Tanggal Sidang : 15 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255249



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

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, serta harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model penelitian kausal. Populasi yang menjadi sasaran dalam studi ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Sampel yang digunakan berjumlah 200 orang responden. Pendekatan yang diterapkan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling jenis purposive sampling. Untuk menganalisis data, digunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS). Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian pula, kualitas produk dan harga masing-masing juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and price on purchase decisions. A quantitative approach was employed using a causal research model. The target population consists of individuals residing in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). A sample of 200 respondents was selected using a non-probability sampling technique, specifically purposive sampling. The research applied a descriptive quantitative method, and data were analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The findings reveal that brand image has a positive and significant influence on purchase decisions. Likewise, product quality and price also have a positive and significant impact on purchase decisions.

Keywords: *Brand image, Product Quality, Price, Purchase Decision.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Indonesia”. Tujuan dari penulisan Proposal Skripsi ini adalah sebagai tahap pertama syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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

- 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 Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
- 4) Orang tua tercinta yaitu Mamah yang selalu menjadi sumber kekuatan, tempat berbagi keluh kesah, dan tidak pernah lelah mendoakan serta menyemangati dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas kasih sayang yang tiada batas, kesabaran, dan doa-doa yang menjadi kekuatan terbesar penulis. Kakak, Abang Rega, dan Barra terima kasih atas dukungan, canda tawa, serta semangat yang kalian berikan di saat penulis hampir menyerah.
- 5) Almarhum Papah tercinta terima kasih atas cinta, perjuangan, dan pengorbanan luar biasa yang Papah berikan semasa hidupmu. Meski ragamu telah tiada, namun nasihat, semangat hidup, dan nilai-nilai yang Papah tanamkan akan selalu hidup di hati ini. Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik dan paling mulia di sisi-Nya. Segala pencapaian ini tidak lepas dari doa dan perjuangan Papah yang terus menyertai langkah penulis.
- 6) Terima kasih kepada teman teman penulis yaitu Fakhri, Alfi, Erlang, Gibran, Mayl, Rafif, Sekar, Mutiara, Hadrian, Fathir, Richo dan teman teman satu angkatanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena telah mensupport dan membantu dalam penyusunan penelitian.
- 7) Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya yaitu Ferdiansyah, Rafli, Indra, Arya, Said, dan Brian karena telah menyemangati penulis dalam penelitian ini.

- 8) Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
- 9) Terima kasih kepada diri sendiri untuk tidak menyerah ketika rasanya ingin berhenti, untuk tetap melangkah meskipun lelah, dan untuk terus belajar serta berusaha menjadi lebih baik. Terima kasih telah bertahan di tengah tekanan, dan percaya bahwa setiap proses memiliki makna. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan panjang yang lebih membanggakan.

Dengan kerendahan hati 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, 15 Juli 2025



Muhammad Khadaffi
NIM. 43121010111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Masalah.....	17
D. Kontribusi Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	19
A. Kajian Pustaka.....	19
1. Stimulus Organism Respons (SOR).....	19
2. Perilaku Konsumen	20
3. Manajemen Pemasaran.....	21
4. Citra Merek	22
5. Kualitas Produk.....	27
6. Harga	31
7. Keputusan Pembelian.....	34
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Pengembangan Hipotesis	47
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	47
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
D. Kerangka Konseptual	50

BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Waktu dan Tempat Penelitian	52
B. Desain Penelitian.....	52
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	53
1. Definisi variabel	53
2. Operasional Variabel.....	53
D. Skala Pengukuran Variabel	56
E. Populasi dan Sampel	57
1. Populasi.....	57
2. Sampel.....	58
F. Metode Pengumpulan data.....	59
G. Metode Analisis Data	60
1. Analisis Deskriptif	60
2. Uji Intrumen	61
3. Analisis Partial Least Square	62
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	66
A. Deskripsi Perusahaan	66
B. Visi dan Misi	67
C. Statistik Deskriptif	67
D. Hasil Uji	73
E. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Komparasi Brand Sub Kategori Sepatu Sandal	8
1. 2	Pra Suvei Faktor Keputusan Pembelian Padasepatu Bata Indonesia	12
2. 1	Penelitian Terdahulu	38
3. 1	Operasional Variabel	54
3. 2	Skala Likert	57
4. 1	Jenis Kelamin Responden	67
4. 2	Usia Responden	68
4. 3	Jenis Pekerjaan	68
4. 4	Pendapatan	69
4. 5	Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	70
4. 6	Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	71
4. 7	Uji Deskriptif Variabel Harga	71
4. 8	Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	72
4. 9	Hasil Pengujian Convergent Validity	73
4. 10	Hasil Pengujian Convergent Validity (Setelah Dimodifikasi)	75
4. 11	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	78
4. 12	Hasil Pengujian AVE	79
4. 13	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	79
4. 14	Nilai R-Square (R^2)	80
4. 15	Hasil Pengujian Q-Square (Q^2)	81
4. 16	Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Frekuensi Konsumen Indonesia Membeli Sneakers Dalam Setahun	2
1. 2	Pertimbangan Konsumen di Indonesia dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sneakers	3
1. 3	Sepatu Bata Resmi Tutup, Ternyata Telah Rugi Selama Bertahun-Tahun	6
1. 4	Hasil komparasi brand sub kategori sepatu sandal	7
2. 1	Kerangka Konseptual	51
4. 1	Hasil Algoritma PLS	75
4. 2	Hasil Algoritma PLS (Setelah Dimodifikasi)	77
4. 4	Hasil Uji Bootsrapping	83

