

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI
KOTA PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen S1

Disusun Oleh”
Al Bayu Aji Panitis
1802010013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE
DI KOTA PURWOKERTO**



**SKRIPSI
AL BAYU AJI PANITIS
1802010013**

**Diperiksa dan disetujui oleh :
Pembimbing**

**Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
NIK. 2160204**




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Al Bayu Aji Panitis
NIM : 1802010013
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kota Purwokerto**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Hermin Endratno, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Agustus 2022

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Al Bayu Aji Panitis

NIM : 1802010013

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 24 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Al Bayu Aji Panitis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Al Bayu Aji Panitis
NIM : 1802010013
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DI KOTA PURWOKERTO**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengailih media/mengailih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto
Pada tanggal : 24 Agustus 2022
Yang menyatakan ,



Al Bayu Aji Panitis

PRAKATA



Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kota Purwokerto” sampai dengan selesai.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si yang telah memberikan izin dan rekomendasi kepada penyusun mengadakan penelitian untuk penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Progam Study Manajemen, yang telah memberikan perhatian dan dorongan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E, M.Si, selaku pembimbing yang telah banyak membimbing, mengarahkan, memotivasi dengan penuh kesabaran dan tidak mengenal lelah, serta mengoreksi skripsi ini penuh ketelitian sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Pengguna sepatu nike di kota Purwokerto yang telah mengisi kuesioner dan memudahkan dalam penelitian.
6. Berbagai pihak yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penyusun dalam menyelesaikan.
7. Keluarga tersayang yang telah memberikan kasih sayang, motivasi serta do'anya.

Penyusun hanya dapat berdoa semoga Allah SWT, memberikan balasan yang berlipat ganda atas budi baik yang telah diberikan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penyusun khususnya dan para pembaca umumnya.

Purwokerto, Agustus 2022
Penyusun

Al Bayu Aji Panitis
1802010013

MOTTO

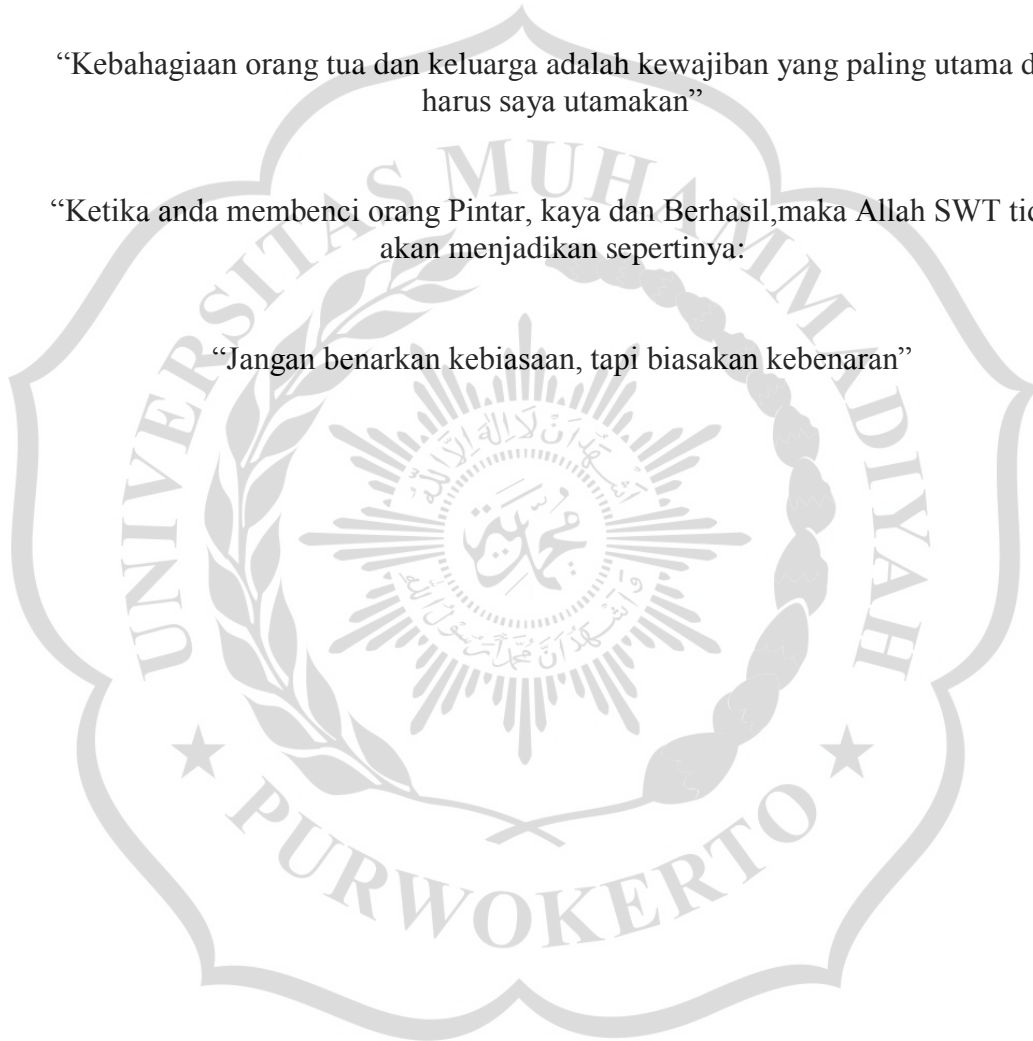
“Muda Berilmu”

“Fokus pada apa yang perlu diperjuangkan, jangan cepat terlena pujian, tersenyumlah ketika berhasil,ingat dan hargailah merea yang berperan serta syukuri hasilnya”

“Kebahagiaan orang tua dan keluarga adalah kewajiban yang paling utama dan harus saya utamakan”

“Ketika anda membenci orang Pintar, kaya dan Berhasil,maka Allah SWT tidak akan menjadikan seperti nya:

“Jangan benarkan kebiasaan, tapi biasakan kebenaran”



**PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE
DI KOTA PURWOKERTO**

Al Bayu Aji Panitis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis ⁽¹⁾⁽²⁾
Universitas Muhammadiyah Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike”. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan metode pendekatan *deskriptif*. Populasi pada penelitian ini semua konsumen yang mengetahui dan sudah menggunakan sepatu merek Nike di kota Purwokerto dengan rentan usia 15 – 45 tahun. Teknik pengambilan sampling *non-probability sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) citra merek, kualitas produk dan gaya hidup bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Nike, 2) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dimana nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,524 atau 52,4% keputusan pembelian sepatu dipengaruhi oleh variabel terikat (citra merek, kualitas produk dan gaya hidup). Sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE
ON THE PURCHASE DECISION OF NIKE SHOES IN PURWOKERTO
CITY**

Al Bayu Aji Panitis
faculty of Economics and Business ⁽¹⁾⁽²⁾
Muhammadiyah University Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

ABSTRACT

The study was conducted to determine "The Influence of Brand Image, Product Quality and Lifestyle on Nike Shoes Purchase Decisions". This type of research is quantitative with a descriptive approach method. The population in this study are all consumers who know and have used Nike brand shoes in the city of Purwokerto with a vulnerable age of 15-45 years. The sampling technique was non-probability sampling by distributing questionnaires to 100 samples. The results showed that: 1) brand image, product quality and lifestyle together influence the purchasing decision of Nike shoes, 2) brand image has a significant effect on purchasing decisions, 3) product quality has a significant effect on purchasing decisions, 4) lifestyle does not significant effect on purchasing decisions. Based on the calculation of the coefficient of determination where the Adjusted R Square value is 0.524 or 52.4%, shoe purchasing decisions are influenced by the dependent variable (brand image, product quality and lifestyle). The remaining 47.6% is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
PRAKATA	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Perilaku Komsumen	14
2. Keputusan Pembelian	17
3. Citra Merek	21
4. Kualitas Produk	24
5. Gaya Hidup	27
B. Hasil Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	34
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	35
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	36
D. Hipotesis	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
1. Data Primer	42
2. Kuesioner	43
D. Variabel Penelitian	44
1. Variabel Terikat	44
2. Variabel Bebas	44
E. Definisi Operasional Variabel	45
F. Teknik Analisis Data	46

1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
2.	Uji Validitas.....	47
3.	Uji Reliabilitas.....	47
4.	Uji Asumsi Klasik.....	48
5.	Uji Hipotesis.....	52
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
A.	Profil Merk Nike	58
1.	Sejarah Merk Nike.....	58
2.	Logo Nike.....	59
3.	Visi Misi Nike.....	60
B.	Analisis Data dan Pembahasan	61
1.	Responde Rate.....	61
2.	Karakteristik Responden.....	61
3.	Analisis Deskriptif.....	64
4.	Uji Validitas.....	69
5.	Uji Reliabilitas.....	72
6.	Uji Asumsi Klasik.....	73
7.	Uji Koefisiensi Determinansi.....	78
8.	Uji F.....	79
9.	Uji-t.....	81
C.	Rangkuman	84
D.	Pembahasan	85
1.	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.....	85
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.....	85
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.....	86
4.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.....	86
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		88
A.	Kesimpulan	88
B.	Keterbatasan	89
C.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. <i>TOP BRAND INDEX FASE 2 2019</i>	4
1.2. <i>TOP BRAND INDEX FASE 2 2020</i>	5
2.1. Penelitian Terdahulu	30
3.1. Definisni Operasional Variabel	45
4.1. Respon Rate	68
4.2. Jenis Kelamin Responden	62
4.3. Usia Responden	63
4.4. Pendapatan Responden	63
4.5. Jumlah Responden Variabel Citra Merek	65
4.6. Jumlah Responden variabel Kualitas Produk	67
4.7. Jumlah Responden Variabel Gaya Hidup	68
4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	69
4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	71
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	71
4.11 Hasil Uji Realibilitas	72
4.12 Hasil Uji Normalitas	73
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	75
4.14 Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	76
4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.17 Hasil Uji F	80
4.18 Hasil Uji t	81
4.19 Rakapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	84
	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2. Kerangka Pemikiran	37
3.1. Kurva Distribusi Uji-F	54
3.2. Kurva Distribusi Uji-t Hipotesis 2	55
3.3. Kurva Distribusi Uji-t Hipotesis 3	56
3.4. Kurva Distribusi Uji-t Hipotesis 4	57
4.1. Logo Nike	60
4.2. Kurva Uji-F Hipotesis Pertama	81
4.3. Kurva Uji-t Hipotesis Kedua	82
4.4. Kurva Uji-t Hipotesis Ketiga	83
4.5. Kurva Uji-t Hipotesis Keempat	84

