

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS
(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**TRI WIJAYA LAKSONO
1802010080**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS
(Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh :
TRI WIJAYA LAKSONO
1802010080

Diterima dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Agung Miftahuddin', is written over a faint circular stamp.

M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si.
NIK.2160159

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Tri Wijaya Laksono
NIM : 1802010080
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS** (Studi Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

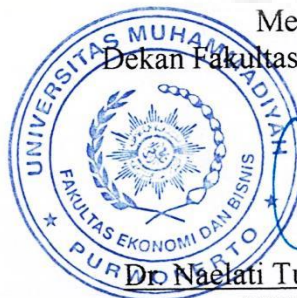
Ketua : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si

Anggota 1 : Akhmad Darmawan, SE., M.Si., Ph.D

Anggota 2 : Restu Frida Utami, SE., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 23 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 : Tri Wijaya Laksono

NIM : 1802010080

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, 23 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Tri Wijaya Laksono

**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 : Tri Wijaya Laksono
NIM : 1802010080
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, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS
(Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengailih media/mengalih 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 : 23 Agustus 2022
Yang menyatakan ,



Tri Wijaya Laksono

MOTTO

Hidup yang tidak dipertaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan.

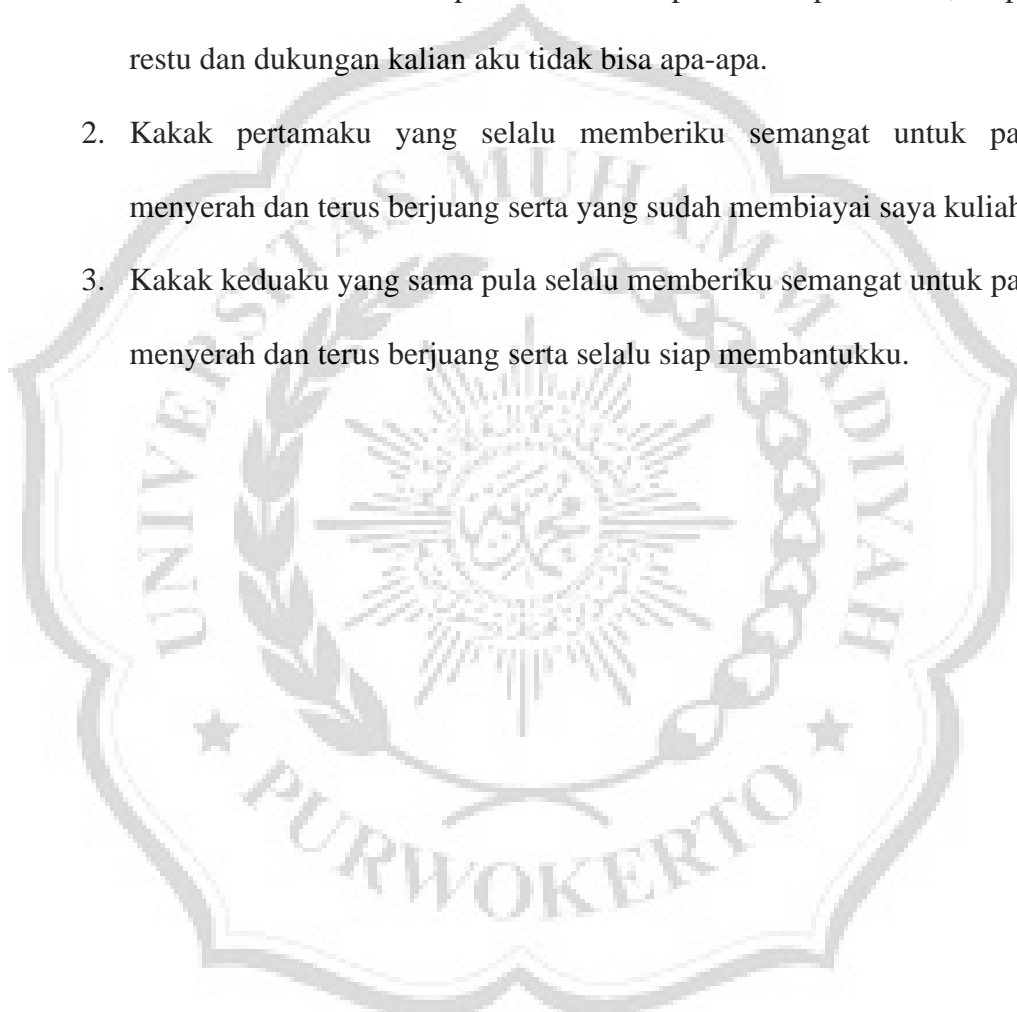
-Sutan Sjahrir-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, karya ini saya persembahkan untuk :

1. Alm. ayah dan ibu tersayang yang selalu menyayangiku, mendukung dan selalu mendoakanku sampai aku bisa sampai ke tahap akhir ini, tanpa doa restu dan dukungan kalian aku tidak bisa apa-apa.
2. Kakak pertamaku yang selalu memberiku semangat untuk pantang menyerah dan terus berjuang serta yang sudah membiayai saya kuliah.
3. Kakak keduku yang sama pula selalu memberiku semangat untuk pantang menyerah dan terus berjuang serta selalu siap membantukku.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Speatu Specs (Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto).

Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

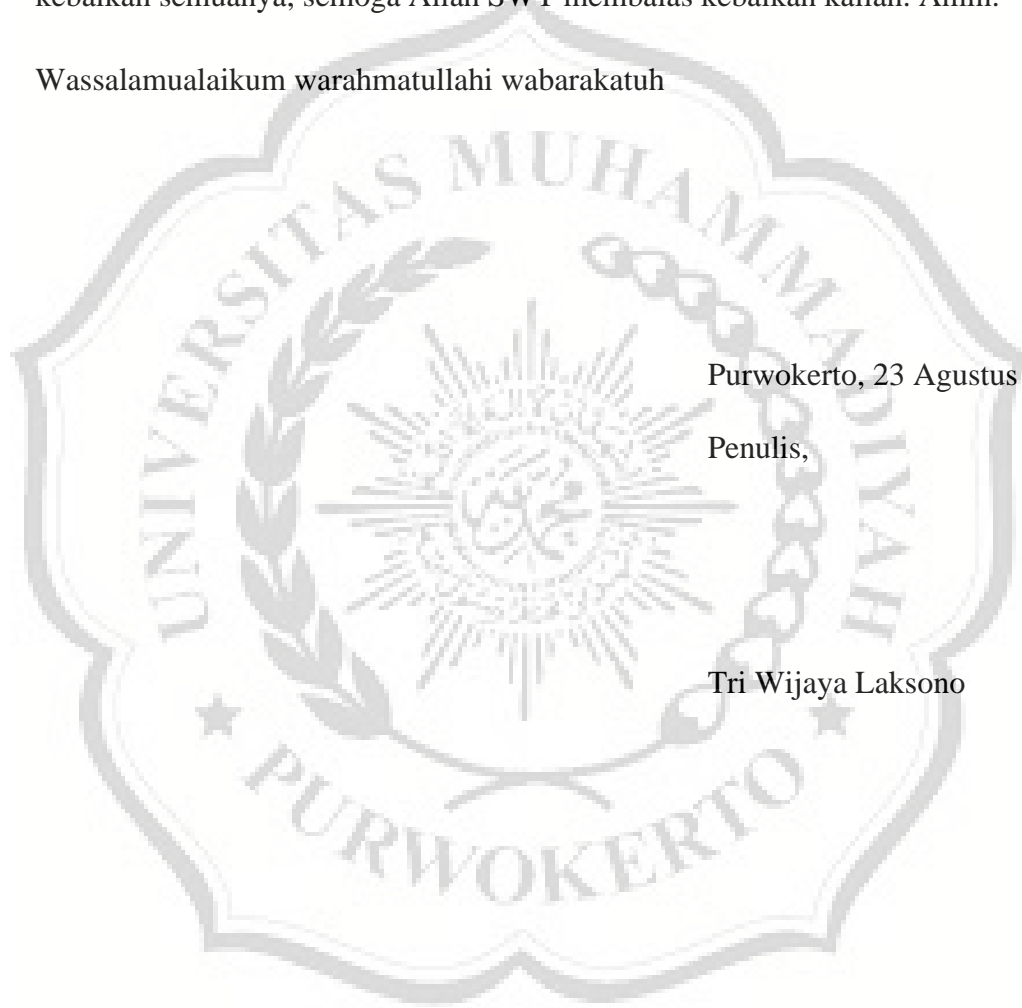
- (1) Allah SWT yang telah banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil yang terbaik.
- (2) Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (3) Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi tentang tatalaksana penyusunan skripsi kepada saya.
- (4) Bapak Suyoto, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1

- (5) Bapak Agung Miftahuddin, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan memberikan banyak arahan dan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sesuai yang saya rencanakan.
- (6) Bapak Akhmad Darmawan, SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan, pengarahan dan saran beserta memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
- (7) Ibu Restu Frida Utami, SE., M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan, pengarahan dan saran beserta memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
- (8) Bapak Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
- (9) Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (10) Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan edukasi perkuliahan dengan baik.
- (11) Terkhusus untuk orang tua saya Alm. Bapak Rusman dan Ibu Lasmini yang telah memberikan dukungan material dan moral serta telah menjadi support system yang sangat kuat, seluruh do'a dan pengorbanan untuk mendukung saya dalam menyelesaikan studi.

- (12) Kedua kakakku Timur Ocktavianti dan Titin Agustina yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya serta selalu siap bersedia membantu keperluan saya.
- (13) Semua keluarga Bani Madiswan yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi semangat untuk terus maju sampai dapat menyelesaikan studi.
- (14) Terimakasih kepada teman-teman saya Riki, Refaldy Barry, Tia, Ari, Raras, Satria yang memberikan dukungan, semangat dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi.
- (15) Terimakasih kepada Hmps Manajemen untuk pengalaman dan telah menjadikan saya berkembang dengan baik serta telah mendukung saya dalam mengerjakan skripsi.
- (16) Seluruh teman-teman angkatan 2018 yang telah memberi warna, pengalaman dan kerjasama selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- (17) Seluruh pihak yang menunggu saya untuk menyelesaikan studi ini.

Peneliti memahami bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Adanya kritik dan saran demi kebaikan untuk skripsi ini sangatlah peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhirnya, tidak ada yang dapat peneliti berikan untuk membalas kebaikan semuanya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Amin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh



Purwokerto, 23 Agustus 2022

Penulis,

Tri Wijaya Laksono

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS
(Studi pada mahasiswa di kota Purwokerto)**

Tri Wijaya Laksono¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
laksonotriwijaya@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel non probability, didapat melalui purposive sampling yaitu metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Sampel dalam penelitian ini sebesar 120 responden. Dengan analisis regresi berganda disimpulkan bahwa variabel citra merek, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, promosi, kualitas produk, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PROMOTION, AND PRODUCT
QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF SPECS SHOES
(Study on students in the city of Purwokerto)**

Tri Wijaya Laksono¹
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
laksonotriwijaya@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, promotion, and product quality on purchasing decisions. The method used in this study is a quantitative method, non-probability sampling technique, obtained through purposive sampling, namely the method of determining the sample based on certain criteria. The sample in this study amounted to 120 respondents. With multiple regression analysis concluded that the variables of brand image, promotion, and product quality simultaneously affect purchasing decisions. Partially, promotion variables and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, while brand image has no positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, promotion, product quality, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Perilaku Konsumen	9
2. Teori Kognitif.....	10
3. <i>Affect</i>	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	27
1. Pengaruh Citra merek (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y)	27
2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	28
3. Pengaruh Kualitas produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	29
D. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
C. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	34
D. Variabel Penelitian	36
E. Definisi Operasional	36
F. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Specs Indonesia	49
B. Deskripsi Data Penelitian	50
1. Identifikasi Responden.....	50
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
C. Metode Analisis Data	59
1. Uji Instrumen.....	59
2. Uji Asumsi Klasik	64
3. Uji Kecocokan Model	68
4. Uji Determinasi (R^2).....	69
5. Uji Hipotesis.....	70
D. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	70
B. Keterbatasan dan Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Data Tiga Universitas Terbesar di Purwokerto	32
Tabel 3.2	Data untuk dijadikan sampel	34
Tabel 3.3	Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1	<i>Response rate</i>	50
Tabel 4.2	Deskripsi Responden.....	51
Tabel 4.3	Nilai dari Rata-rata variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.4	Nilai dari Rata-rata variabel Citra Merek (X ₁).....	55
Tabel 4.5	Nilai dari Rata-rata variabel Promosi (X ₂).....	56
Tabel 4.6	Nilai dari Rata-rata Butir Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk (X ₃).....	58
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Variabel Citra Merek (X ₁).....	60
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X ₂)	61
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X ₃).....	61
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (F).....	71
Tabel 4.18	Hasil Analisis Uji t	72
Tabel 4.19	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2: Deskripsi Responden.....	93
Lampiran 3: Deskripsi Variabel Penelitian.....	98
Lampiran 4: Deskripsi Variabel.....	107
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas.....	109
Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas.....	113
Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas.....	114
Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	114
Lampiran 9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	115
Lampiran 10 : Analisis Regresi Linier Berganda.....	115
Lampiran 11 : Hasil Uji Determinasi.....	115
Lampiran 12 : Hasil Uji Simultan F.....	116
Lampiran 13 : Hasil Uji t.....	116
Lampiran 14 : r tabel.....	117
Lampiran 15 : f tabel.....	118
Lampiran 16 : t tabel.....	119