

**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND
LOKAL SEPATU PATROBAS**

(Studi Pada Pengguna Sepatu Patrobas Di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
S1

**RYCARDA ABIYU RASENDRIYA
2002010238**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND
LOKAL SEPATU PATROBAS**

(Studi Pada Pengguna Sepatu Patrobas Di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
S1

**RYCARDA ABIYU RASENDRIYA
2002010238**

Diperiksa dan disetujui oleh :
Pembimbing



**Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M.
NIK. 2160122**




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditunjukkan oleh:

Nama : Rycarda Abiyu Rasendriya
NIM : 2002010238
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : **“ Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Lokal Sepatu Patrobas (Studi Pada Pengguna Sepatu Patrobas Di Purwokerto)”**

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M. ()
Penguji 1 : Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E., MBA. ()
Penguji 2 : Purnadi, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 24 Januari 2025

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Naclan Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rycarda Abiyu Rasendriya

NIM : 2002010238

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 sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

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

Purwokerto, 24 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Rycarda Abiyu Rasendriya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rycarda Abiyu Rasendriya

NIM : 2002010238

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**“PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND
LOKAL SEPATU PATROBAS”**

(Studi Pada Pengguna Sepatu Patrobas Di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informasikan, 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. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 24 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Rycarda Abiyu Rasendriya

MOTTO

“Jangan takut untuk berjuang karena setiap perjuangan pasti ada kegagalan dan jadikan kegalalan sebuah pengalaman atau keberhasilan yang tertunda.”

“Jangan pernah takut untuk mencoba, lebih baik gagal tetapi sudah mencoba daripada tidak pernah mencoba sama sekali.”

“Kesempatan memang tidak datang dua kali tetapi kesempatan akan ada pada orang yang terus mau berjuang untuk mencapai sebuah keberhasilan maupun tujuan.”

“Kadang ekspektasi kita terlalu tinggi dan realita berbanding sebaliknya tetapi dengan usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh semua akan terbayar dengan hasil yang memuaskan dan sesuai harapan.”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

Terimakasih yang tak terhingga kepada keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada ibu dan ayah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang sarjana.

Terimakasih kepada dosen pembimbing saya ibu Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih atas kesabaran dan pengertian yang diberikan selama proses bimbingan.

Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberkati dan membalas segala bantuan dan doa yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, P.hD selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E., MBA, selaku dosen penguji I dan Purnadi, S.E., M.Si, selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik yang sudah membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Untuk Ibu, Ayah, dan Adikku yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.

Terimakasih untuk semua keluarga yang telah mendukung sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.

9. Untuk wanita yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan juga pengertian sejak saya masuk kuliah untuk pertama kalinya hingga saat ini dapat menyelesaikan Studi Manajemen yaitu Jenicia Hersa Permatasari.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 24 Januari 2025

Penulis



Rycarda Abiyu Rasendriya

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND
LOKAL SEPATU PATROBAS
(Studi Pada Pengguna Sepatu Patrobas Di Purwokerto)**

Rycarda Abiyu Rasendriya
Program Studi Manajemen S1
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
rycardaabiyr@gmail.com

Erny Rachmawati
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa terkait pengaruh *brand awareness*, *brand image*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada brand lokal Sepatu patrobas di Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai pengumpulan data. Sampel yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria diperoleh 100 responden. Penelitian ini menggunakan alat uji SPSS, dengan metode penelitian yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Awareness*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND
PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS IN THE LOCAL
BRAND PATROBAS SHOES**

(Study of Patrobas Shoe Users in Purwokerto)

Rycarda Abiyu Rasendriya

Undergraduate Management Study Program

Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University Purwokerto

rycardaabiur@gmail.com

Erny Rachmawati

Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University Purwokerto

ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of brand awareness, brand image, product quality on purchasing decisions for the local brand Patrobas shoes in Purwokerto. This research uses a questionnaire method as data collection. The sample was selected using purposive sampling. Based on the criteria, 100 respondents were obtained. This research uses the SPSS test tool, with the research methods used, namely validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination (R²), F test, and t test. The research results show that brand image and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, brand awareness has no influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Awareness, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran.....	28
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel.....	33
C. Metode Pengumpulan Data	36

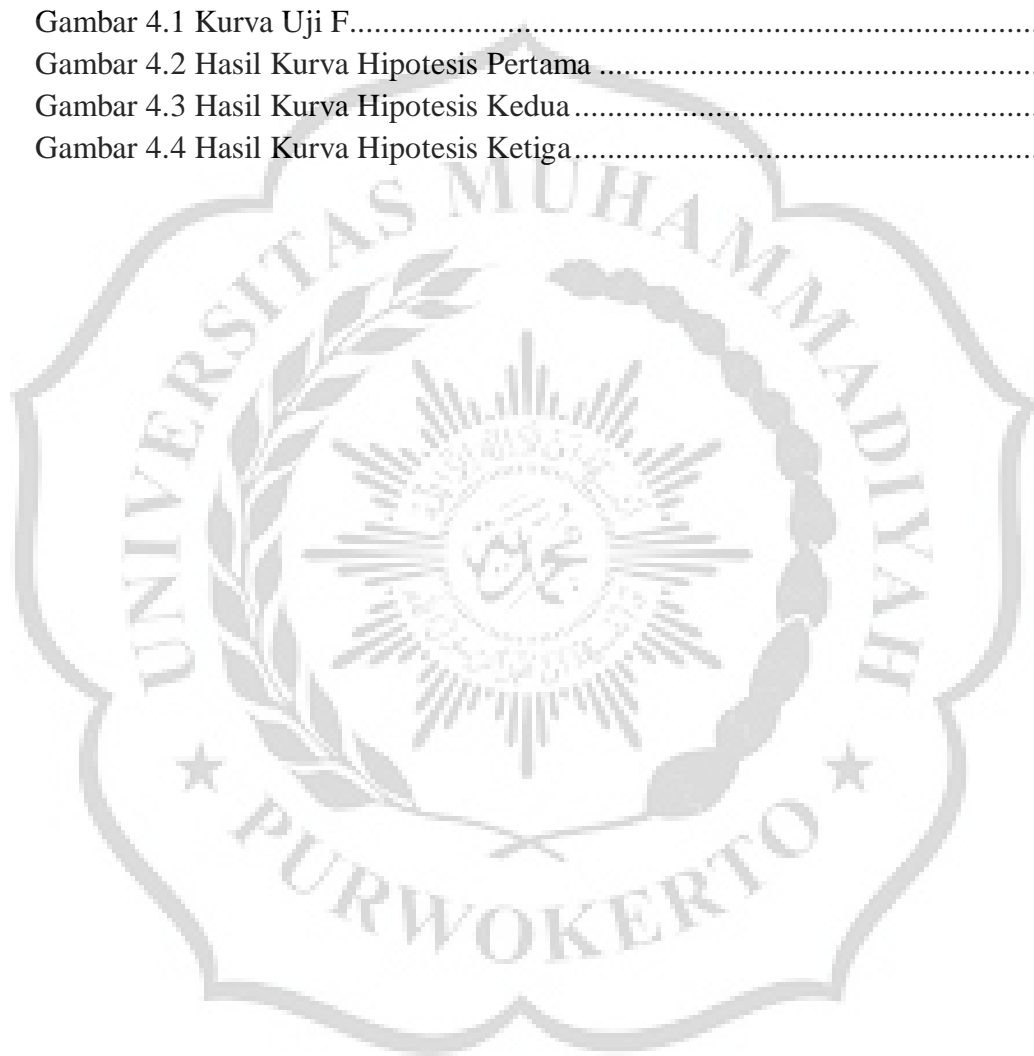
D. Variabel Penelitian.....	37
E. Definisi Operasional.....	38
F. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Perusahaan Sepatu Patrobas.....	50
2. Response Rate	51
3. Gambaran Umum Responden	51
4. Analisis Statistik Deskriptif	55
5. Uji Instrumen	57
6. Uji Asumsi Klasik	67
7. Uji Regresi	70
8. Uji Kelayakan Model.....	70
9. Uji Hipotesis	73
B. Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Keterbatasan.....	84
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peminat Sepatu Lokal Pada Tahun 2023	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Tabel Data Penduduk	34
Tabel 3.2 Rencana Penyebaran Kuesioner	35
Tabel 3.3 Skala Likert	37
Tabel 3.4 Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Response Rate	51
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Alamat	51
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Awareness.....	56
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Image	58
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan pembelian.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolenearitas	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda dan Uji t	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.19 Rekapitulasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Kurva Uji F	45
Gambar 3.2 Kurva Hipotesis Pertama	47
Gambar 3.3 Kurva Hipotesis Kedua	48
Gambar 3.4 Kurva Hipotesis Ketiga.....	49
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	73
Gambar 4.2 Hasil Kurva Hipotesis Pertama	75
Gambar 4.3 Hasil Kurva Hipotesis Kedua	77
Gambar 4.4 Hasil Kurva Hipotesis Ketiga.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 : Identitas Responden	100
Lampiran 3 : Gambaran Umum Responden	103
Lampiran 4 : Tabulasi Data	105
Lampiran 5 : Analisis Statistik Deskriptif	114
Lampiran 6 : Uji Validitas	116
Lampiran 7 : Uji Realibilitas	121
Lampiran 8 : Uji Normalitas	122
Lampiran 9 : Uji Multikolinearitas	122
Lampiran 10 : Uji Heteroskedastisitas	122
Lampiran 11: Analisis Regresi Berganda dan Uji t.....	123
Lampiran 12 : Koefisien Determinasi (R^2).....	123
Lampiran 13 : Uji F.....	123
Lampiran 14 : r table.....	124
Lampiran 15 : f table.....	125
Lampiran 16 : t table.....	126
Lampiran 17 : Surat Keterangan Lolos Turned In	127

