

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU *NEW BALANCE* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

OLEH :

SHABINA DEANOVA

202010325197



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu New
Balance (Studi Kasus Pada Mahasiswa
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Shabina Deanova

Nomor Pokok : 202010325197

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II

Dr. Ningky Sasanti Munir. MBA., CAC

NIDN. 0312106003

Ir. Djuni Thamrin. M.Sc., Ph.D

NIDN. 0307066401



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu New Balance (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Shabina Deanova

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325197

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 29 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M
NIDN. 0412056705

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Jhonni Sinaga, S.E., M.M.
NIDN. 0320126805

Penguji : Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D
NIDN. 0307066401



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shabina Deanova
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325197
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 15 November 2002
Alamat : Perumahan Departemen Pertanian Jl. Kedelai Raya No. 306
RT. 03/029 Pondok Ungu Permai, Bekasi Utara, Kota
Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *New Balance* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan.


Shabina Deanova

202010325197

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *New Balance* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu *New Balance* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan mahasiswa yang sudah pernah membeli sepatu *New Balance*. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Metode pengambilan sampel pada jumlah penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ialah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 4.1. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara bersama – sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian yang hanya dilakukan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 hal ini dapat menjadi saran peneliti selanjutnya. Kebaruan dalam penelitian ini yaitu menggabungkan variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada satu model penelitian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of New Balance Shoes (Case Study on Students of Bhayangkara University Jakarta Raya). This research was conducted with the aim of finding out the brand image and product quality on the purchase decision of New Balance shoes in Bhayangkara University students of Greater Jakarta as consumers. This research is a quantitative research where the object used is students who have bought New Balance shoes. The data used in this study is primary data. The sampling method for this number of studies uses the Lemeshow formula. The number of samples used in this study is 100 respondents. The data analysis method used to test the hypothesis in this study is Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS 4.1 application. The results of this study show that brand image and product quality on purchase decisions together (simultaneously) have a positive and significant effect on purchase decisions. This research has limitations in the object of research that is only carried out on students of Bhayangkara University Jakarta Raya, Management Study Program, Class of 2020, this can be the next researcher's suggestion. The novelty in this study is that it combines brand image variables and product quality on purchase decisions in one research model.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat berhasil menyelesaikan tugas ini. Penulis menyelidiki Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *New Balance* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Bhayangkara).

Semoga bermanfaat bagi para peneliti khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Bhayangkara untuk menyelesaikan penelitian yang diteliti oleh para peneliti. Bermanfaat juga bagi pembaca yang sedang mencari bahan referensi bahan bacaan.

Penulis memahami bahwa penyusunan karya ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A03 Manajemen Angkatan 2020.
5. Dr. Ningky Sasanty Munir, MBA., CAC, Selaku Dosen Pembimbing I dan Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.

6. Segenap Dosen beserta staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, khususnya Program Studi Manajemen yang telah membantu saya menempuh pendidikan S-1 ini.
7. Seluruh rekan-rekan di lingkup Civitas Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan support.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua saya, Bapak Dadang dan Ibu Winah beserta Kakak saya, Abdul Rozak Ma'mun atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang selalu diberikan dan juga telah memberikan motivasi, dan doa selama penyusunan.
9. Dan tidak lupa dengan Hendrick Moses, Vina Damayanti, Putri Octaviani, Rendy Ramadan, Nikken Syakira Haq, dan M.Rizal yang sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam penyusunan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 21 Juni 2024

Shabina Deanova

202010325197

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Telaah Teoritis	17
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	17
2.1.1.1 Pengertian Theory of Planned Behavior (TPB)	17
2.1.2 Keputusan Pembelian	18
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	19
2.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	20

2.1.3 Citra Merek	21
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi CitraMerek.....	21
2.1.3.3 Dimensi Citra Merek.....	22
2.1.3.4 Indikator Citra Merek	23
2.1.4 Kualitas Produk.....	24
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	26
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Produk	27
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk	28
2.2 Telaah Emperis	29
2.2.1 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis.....	33
2.3.1 Model Penelitian	33
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	33
2.4 Kerangka Berpikir.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis penelitian.....	37
3.2 Obyek Penelitian dan Rencana Waktu Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5.1 Variabel Penelitian.....	40
3.5.1.1 Variabel Bebas	41
3.5.1.2 Variabel Terikat	41
3.6 Skala Pengukuran.....	48
3.7 Metode Analis Data	49
3.7.1 <i>Outer Model</i>	50
3.7.2 <i>Inner Model</i>	52
3.8 Uji Hipotesis	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan	55
4.2 Logo Perusahaan.....	57
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	57
4.4 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	58
4.4.1 Identitas Responden	58
4.5 Hasil Analisis Data	61
4.5.1 Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i>	62
4.5.1.1 <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen).....	63
4.5.1.2 <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	68
4.5.1.3 <i>Average Variant Extracted</i> (AVE).....	70
4.5.1.4 <i>Composite Reliability</i>	71
4.5.1.5 <i>Cronbach Alpha</i>	72
4.5.2 Hasil Pengukuran <i>Inner Model</i>	72
4.5.2.1 <i>R-Square</i>	73
4.5.2.2 <i>f²-Square</i>	74
4.5.2.3 <i>Q-Square</i>	75
4.5.2.4 <i>Path Coefficient</i>	75
4.6 Pengujian Hipotesis	76
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
DAFTAR LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Semester yang Sedang Di Tempuh	63
Tabel 4.4 Hasil <i>Outer Loading</i> Citra Merek.....	67
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i> Citra Merek Tidak Valid.....	68
Tabel 4.6 Hasil <i>Outer Loading</i> Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.7 Hasil <i>Outer Loading</i> Kualitas Produk Tidak Valid	69
Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading</i> Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.9 Hasil <i>Outer Loading</i> Keputusan Pembelian Tidak Valid	71
Tabel 4.10 Hasil <i>Cross Loading</i> Citra Merek	72
Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> Kualitas Produk.....	72
Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading</i> Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.13 Hasil <i>Average Variant Extracted</i> (AVE).....	74
Tabel 4.14 Hasil <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4.15 Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	75
Tabel 4.16 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	77
Tabel 4.17 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1 Produk Sepatu Pertama <i>New Balance</i>	58
Gambar 4.2 Logo Sepatu <i>New Balance</i>	59
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Semester yang Sedang Di Tempuh	34
Gambar 4.6 SmartPLS	65
Gambar 4.7 Outer Model	66
Gambar 4.8 Inner Model.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	94
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	96
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 4 Tabulasi Data	112
Lampiran 5 Data Statistik Deskriptif	118
Lampiran 6 Buku Bimbingan	120
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	123