

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU ANGKAT BESI ADIDAS**

(Studi Kasus Pada Atlet Angkat Besi Indonesia)

SKRIPSI

Oleh :

MG. SUPENI

201410325269



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Sepatu Angkat Besi Adidas
(Studi Kasus Pada Atlet Angkat Besi Indonesia)

Nama Mahasiswa : Mg. Supeni

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325269

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2018

Bekasi, 14 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP : 1602212

Pembimbing II



Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc.
NIP : 031806082

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Poduk Terhadap
Keputusan Pembelian Sepatu Angkat Besi Adidas
(Studi Kasus Pada Atlet Angkat Besi Indonesia)

Nama Mahasiswa : Mg. Supeni

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325269

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2018

Bekasi, 14 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIP : 0801124

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP : 1602212

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M.
NIP : 031606048

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP : 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP : 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Angkat Besi Adidas (Studi Kasus Pada Atlet Angkat Besi Indonesia) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia 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 mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



Mg. Supeni

201410325269

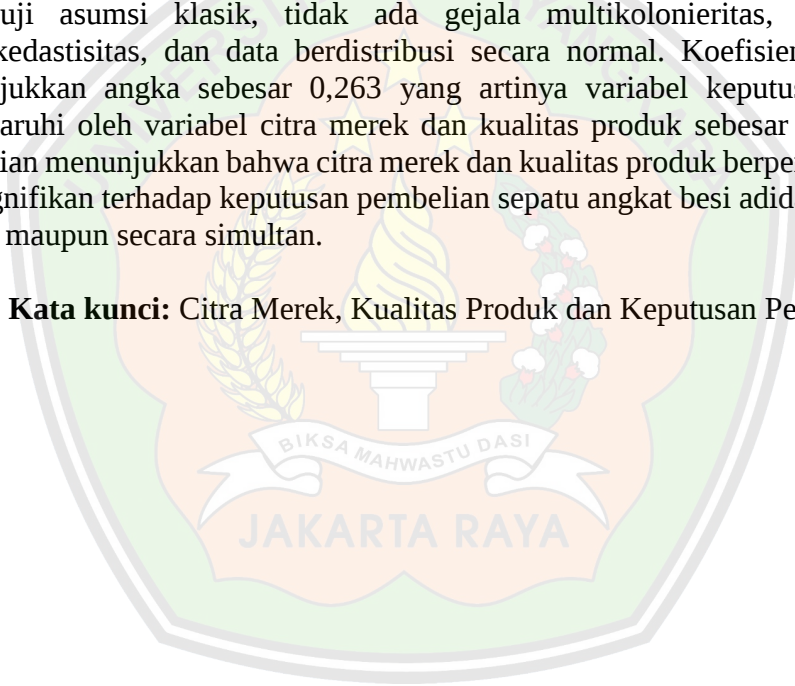
ABSTRAK

Mg. Supeni. 201410325269. Skripsi dengan judul : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Angkat Besi Adidas (Studi Kasus Pada Atlet Angkat Besi Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kualitas pembelian Sepatu Angkat Besi Adidas. Penelitian ini dilakukan pada PB PABBSI Pelatnas Asian Games XVIII 2018, Pengcab PABBSI Kabupaten Bekasi, Pengcab PABBSI Kota Bekasi, Pengprov PABBSI DKI Jakarta, dan ASDEP SENTRA dan SKOup (SKO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 80 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan uji instrumen, indikator-indikator bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik, tidak ada gejala multikolonieritas, tidak terjadi heterokedastisitas, dan data berdistribusi secara normal. Koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,263 yang artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel citra merek dan kualitas produk sebesar 26.3%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu angkat besi adidas baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Mg. Supeni. 201410325269. Skripsi with title: *Influence of Brand Image and Product Quality to Adidas Iron Lifting Shoe Purchase Decision (Case Study At Indonesian Raise Athlete Athlete).*

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on the purchase quality of Adidas Iron Lifting Shoe. This research was conducted on PB PABBSI Pelatnas Asian Games XVIII 2018, Pengcab PABBSI Bekasi, Pengcab PABBSI Bekasi, Pengprov PABBSI Jakarta, and ASDEP SENTRA and SKOup (SKO). This study aims to determine the effect of brand image and product quality to purchase decisions. The number of sample is 80 respondents by using purposive sampling method. Analytical methods used include data quality test, classical assumption test, and hypothesis testing.

Based on instrument test, the indicators are valid and reliable. In the classical assumption test, there is no symptom of multicollinearity, no heteroskedasticity, and the data is normally distributed. The coefficient of determination shows the number of 0.263, which means the variable purchase decision influenced by brand image variables and product quality of 26.3%. The results showed that the brand image and product quality had a positive and significant effect on the purchase decision of adidas weightlifting shoes either partially or simultaneously.

Keywords: Brand Image, Product Quality and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Drs. HR. Bagus Harry S, SH selaku Wakil Rektor III Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Rorim Panday, MM, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Fadhli Nursal, SE. M.M, dan Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
5. Yayasan Brata Bhakti Polri Pusat yang telah memberikan beasiswa atas prestasi tahun 2016 sampai dengan saat ini.
6. Mayjen Purn TNI (Mar) Djoko Pramono wakil Ketua Umum PB PABBSI dan Tim Pelatnas ASIAN GAMES XVII 2018 (Manajer, pelatih-pelatih dan Atlet) yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan support dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Anakku Acchedya Jagaddhita, Jingga Wana Putri dan Larasati Pesona Ambary serta Suamiku tercinta yang telah memberikan support dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Keluarga Besar P2K Manajemen Angkatan 2014 yang telah banyak membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir/Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, Juni 2018

Penulis

Mg. Supeni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematikan Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1 Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.2 Citra Merek	12
2.2.1 Tujuan Pemberian Merek	14
2.2.2 Manfaat Merek	14
2.2.3 Indikator Citra Merek	15
2.3 Kualitas Produk	17
2.3.1 Indikator Kualitas Produk	18
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Kerangka Berpikir	23
2.6 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Tahapan Penelitian	25
3.3 Model Konseptual Penelitian	26
3.4 Instrumen Penelitian	27
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.5.1 Tempat Penelitian	29
3.5.2 Waktu Penelitian	30
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.6.1 Populasi Penelitian	30
3.6.2 Sampel Penelitian	30
3.7 Metode Analisis Data	31
3.7.1 Uji Kualitas Data	31

3.7.1.1	Uji Validitas.....	32
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.7.2	Statistik Deskriptif	33
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3.1	Uji Normalitas.....	34
3.7.3.2	Uji Linieritas.....	34
3.7.3.3	Uji Multikolinieritas.....	35
3.7.3.4	Uji Autokorelasi.....	35
3.7.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	34
3.7.5	Uji Hipotesis	34
3.7.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.7.5.2	Uji Koefisien Korelasi.....	38
3.7.5.3	Uji Secara Parsial (Uji T).....	38
3.7.5.4	Uji Secara Simultan (Uji F).....	39
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Profil Organisasi.....	40
4.2	Deskripsi Data.....	41
4.2.1	Penyebaran Kuesioner.....	42
4.2.2	Identitas Responden.....	43
4.2.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.2.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Berlatih.....	46
4.3	Uji Kuesioner.....	47
4.3.1	Uji Validitas.....	47
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Analisis Deskriptif Variabel.....	51
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1	Uji Normalitas.....	52
4.5.2	Uji Linieritas.....	55
4.5.3	Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.4	Uji Autokorelasi.....	57
4.5.5	Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.6	Analisis Regresi Berganda.....	59
4.7	Pengujian Hipotesis.....	61
4.7.1	Hasil Koefisien Determinasi.....	61
4.7.2	Hasil Koefisien Korelasi.....	61
4.7.3	Hasil Uji t.....	63
4.7.4	Hasil Uji F.....	64
4.8	Pembahasan Hipotesis.....	65
4.8.1	Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.2	Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan	66

	Pembelian	
4.8.3	Variabel Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.9	Hambatan Penelitian.....	67
BAB V	PENUTUP.....	69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Implikasi Manajerial.....	69
5.3	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Sepatu Olah Raga Tahun 2016-2018.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan PT. Orindo Prima Periode 2015 - 2017	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	28
Tabel 3.2 Bobot Kriteria Jawaban Skala Linkert	29
Tabel 3.3 Tabel Keputusan Autokorelasi	35
Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Masa Berlatih	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian ...	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Berganda	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Korelasi	62
Tabel 4.21 Hasil Uji t	63
Tabel 4.22 Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Masa Berlatih.....	46
Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas	53
Gambar 4.6 P-P Plot Normalitas	53
Gambar 4.7 Hasil Analisis Heteroskedastisitas	59

