

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
FUTSAL MEREK ORTUSEIGHT DI TOKO TOPSCORE
BEKASI TIMUR**

SKRIPSI

OLEH:

DAFFA AHMAD FAISHA

202110325235



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Toko
Topscore Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Daffa Ahmad Faisha

Nomor Pokok : 202110325235

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

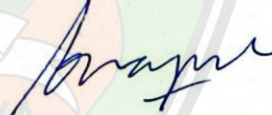
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd.

NIDN : 0401107703



Bintang Narpati, S.E., M.M.

NIDN : 0316077203

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Toko
Topscore Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Daffa Ahmad Faisha

Nomor Pokok : 202110325235

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Asif Khan, BA.,
LLB., LLM

NIDN. 0303038004

Sekretaris Tim Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP

NIDN. 0302066905

Penguji : Dr. Dian Sudriantini, S.Pd., M.Pd

NIDN. 0401107703

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Nuvanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Daffa Ahmad Faisha
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110325235
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 30 Januari 2003
Alamat	: Kp Ciketing Rawamulya Rt.05 Rw. 01 No. 54, Kcc. Mustikajaya, Kel. Mustikajaya

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Ortuseight di Toko Topscore Bekasi Timur” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai 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 juga 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.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Daffa Ahmad Faisha
202110325235

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight di Toko Topscore Bekasi Timur. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga, khususnya futsal, yang berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan sepatu olahraga berkualitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepatu futsal Ortuseight, dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk, citra merek, dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas produk, penguatan citra merek, dan penyesuaian harga yang kompetitif dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Ortuseight di wilayah Bekasi Timur.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian, sepatu futsal, Ortuseight.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality, brand image, and price on the purchasing decisions of Ortuseight futsal shoes at Topscore Store East Bekasi. The research is motivated by the growing public interest in sports, particularly futsal, which increases the demand for high-quality sports footwear. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. The population consisted of consumers who had purchased Ortuseight futsal shoes, with a total sample of 105 respondents selected through purposive sampling. The findings reveal that product quality, brand image, and price each have a positive and significant partial influence on purchasing decisions. Simultaneously, these three variables also have a significant effect on consumers' purchasing decisions. These results imply that improving product quality, strengthening brand image, and offering competitive pricing are essential strategies for enhancing consumer purchase decisions for Ortuseight products in the East Bekasi area.

Keywords: *product quality, brand image, price, purchasing decision, futsal shoes, Ortuseight.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Ortuseight Di Toko Tospcore Bekasi Timur”**

Penulis ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang membimbing dan memberi dukungan kepada penulis.
5. Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing I, dan Bintang Narpati, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
6. Buat Kedua Orang Tua saya yang sangat saya cintai yaitu Bapak Susanto dan Ibu Juli Endriyani , dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, mereka tidak merasakan duduk di bangku kuliah, namun mereka bisa mengkuliahan penulis sampe detik penusunan proposal, memotivasi penulis dan memberi dukungan, mereka mampu mendidik penulis, terima kasih untuk doanya yang di panjatkan selama ini dan kerja keras.
Semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikannya yang telah kalian berikan kepada penulis selama ini, dan di panjangkan umur kedua orang tua penulis. Amin.
7. Buat saudara kandung penulis yaitu kaka dan adik saya terima kasih telah memberi dukungan kepada penulis.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan saya yaitu dwi, fajar, andika, raffi,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penlitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Batasan Masalah	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2 Keputusan Pembelian	16
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pra-Survei.....	5
Gambar 2. 1 kerangka konseptual	35
Gambar 4. 1 Logo Ortuseight	58
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	72
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Skala Nilai Untuk Penilaian.....	38
Tabel 3.2 Interpretasi Skala Likert	38
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuisioner	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Harga (X3)	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme.....	97
Lampiran 2 : Uji Referensi	99
Lampiran 3 : Lembar Kuisioner	108
Lampiran 4 : Tabulasi Data Responden.....	115
Lampiran 5 : Tabel Output SPSS 26.0	127
Lampiran 6 : Tabel R	134
Lampiran 7 : Tabel T.....	140
Lampiran 8 : Tabel F	145
Lampiran 9 : Buku Bimbingan.....	152
Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup.....	155

