

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU ADIDAS
DI SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

OLEH:

NURUL SYAH NASYID FIRDAUZY

202110325387



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Harga *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nurul Syah Nasyid Firdauzy

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325387

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

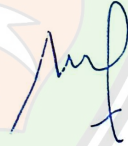
MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Eri Bukhari, S.E., M.T

NIDN : 0309097005


M Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nurul Syah Nasyid Firdauzy

Nomor Pokok : 202110325387

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.
NIDN. 0314118601

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M.
NIDN. 0331078303

Penguji : Eri Bukhari, S.E., M.T.
NIDN. 0309097005

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Dovina Navanti, 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 dibawah ini :

Nama : Nurul Syah Nasyid Firdauzy
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325387
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 14 Maret 2002
Alamat : Jl. Yayasan Nurul Huda RT/RW. 06/02 No.128,
Kecamatan Bantargebang, Kelurahan Bantargebang,
Kota Bekasi 17151

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Harga *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya 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 kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari 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.

Jakarta, 23 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Nurul Syah Nasyid Firdauzy

202110325387

ABSTRAK

Nurul Syah Nasyid Firdauzy. 202110325387. Pengaruh *Brand Image*, Harga, *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas di Shopee

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand image, harga, dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek Adidas melalui platform Shopee. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan dalam industri sepatu olahraga serta fenomena tingginya minat konsumen terhadap produk Adidas. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 171 responden yang merupakan mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang pernah membeli sepatu Adidas. Variabel independen dalam penelitian ini adalah brand image (X1), harga (X2), dan online customer review (X3), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial (uji t), simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image, harga, dan online customer review berpengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas di Shopee. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku bisnis dalam meningkatkan daya saing produk melalui penguatan brand image, penetapan harga yang kompetitif, serta pengelolaan ulasan konsumen secara online.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Online Customer Review, Keputusan Pembelian, Adidas, Shopee.

ABSTRACT

Nurul Syah Nasyid Firdauzy. 202110325387. The Influence of Brand Image, Price, and Online Customer Reviews on the Purchase Decision of Adidas Shoes on Shopee.

This study aims to analyze the influence of brand image, price, and online customer reviews on the purchasing decision of Adidas shoes through the Shopee platform. The research is motivated by the increasing competition in the sports footwear industry and the high level of consumer interest in Adidas products. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 171 respondents, who are Management Study Program students from the 2021 cohort at Universitas Bhayangkara Jakarta Raya and have purchased Adidas shoes. The independent variables in this study are brand image (X1), price (X2), and online customer review (X3), while the dependent variable is purchasing decision (Y). Data analysis techniques used include multiple linear regression with hypothesis testing conducted through partial test (t-test), simultaneous test (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The results show that brand image, price, and online customer reviews have a significant influence, both partially and simultaneously, on the purchasing decision of Adidas shoes on Shopee. This study provides practical insights for business practitioners to enhance product competitiveness by strengthening brand image, setting competitive pricing, and managing online consumer reviews effectively.

Keywords: Brand Image, Price, Online Customer Review, Purchasing Decision, Adidas, Shopee.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan yang maha Esa Allah SWT. yang selalu memberikan nikmat sehat, panjang umur, rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Adidas di Shopee”**

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dian Sudiantini, Spd., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini. Semoga ibu dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Eri Bukhari, SE., M.T Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
6. M Fadhli Nursal, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Kepada Orang Tua, Bapak Muksan dan Ibu Hamdanah yang selalu memberikan dukungan, mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya serta senantiasa membantu baik dari segi material dan moral sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam do'a dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

10. *Partner special* bagi penulis, Mutiara Dianggun Pramesti terimakasih selalu menemani hari-hari penulis baik suka maupun duka, yang selalu mendengarkan segala keluhan penulis dan selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga saat ini, selalu menjadi orang yang paling terdepan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan bisa menggapai mimpi dengan baik.
11. Sahabat – sahabat penulis, Reffy, Naufaly, dan Ridho yang selalu memberikan do'a, hiburan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 23 Juli 2025



Nurul Syah Nasyid Firdauzy

202110325387

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK.....	v
ABTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Masalah.....	11
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.1 Fakfor Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2 <i>Brand Image</i>	17
2.2.1 Faktor <i>Brand Image</i>	18
2.2.2 Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.3 Harga	19
2.3.1 Faktor yang mempengaruhi Harga.....	20
2.3.2 Indikator yang mempengaruhi Harga.....	21
2.4 <i>Online Customer Review</i>	22
2.4.1 Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	23
2.4.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	23
2.5 Penelitian Terdahulu.....	24
2.6 Kerangka Konseptual	26
2.7 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	32
3.3	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data	35
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	36
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.2	Skala Pengukuran.....	37
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	37
3.5.1	Metode Analisis Data	37
3.5.2	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambar Umum Perusahaan	44
4.1.1	Profil Adidas	44
4.1.2	Visi dan Misi.....	45
4.2	Deskripsi Data	45
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	46
4.2.2	Identitas Responden	46
4.3	Hasil Analisis Data	48
4.3.1	Uji Validitas.....	48
4.3.2	Uji Realibilitas	50
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas.....	51
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	52
4.4.3	Uji Multikolinieritas.....	53
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6	Uji Hipotesis	56
4.6.1	Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t).....	56
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	58
4.6.3	Uji koefisien Determinasi (R^2)	59
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.7.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian	60
4.7.2	Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	61

4.7.3	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap keputusan pembelian	61
4.7.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Harga dan <i>Online Customer Review</i> terhadap keputusan pembelian	62
BAB V	PENUTUP	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga Sepatu Adidas,Nike, Reebook Tahun 2024.....	3
Tabel 1. 2 Komparasi Brand	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembeli adidas	48
Tabel 4. 5 Hasil uji validitas (X1).....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas (X2).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas (X3).....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas (Y).....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji t	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Positif Konsumen	5
Gambar 1. 2 Logo Adidas	6
Gambar 1. 3 Hasil Komparasi Brand	7
Gambar 1. 4 Hasil Komparasi Brand	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Logo Adidas.....	44
Gambar 4. 2 Grafik Normal P-Plot.....	52
Gambar 4. 3 Scatter plot	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian.....	73
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian	74
Lampiran 3 Uji Plagiarisme.....	75
Lampiran 4 Uji Referensi	79
Lampiran 5 Lembar Kuesioner	85
Lampiran 6 Data Tabulasi Responden	86
Lampiran 7 Buku Bimbingan	104
Lampiran 8 Data Riwayat Hidup	107

