

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
OLAHRAGA LARI NIKE
(Studi pada Footmaster Royal Plaza Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

M.ARIES MAHMUDDIN
NPM. 1612010154

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2020

SKRIPSI


PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA LARI NIKE
(STUDI PADA FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA)

Oleh:


M.ARIES MAHMUDDIN
1612010154 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 9 Juni 2020


Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastri/bavuni, SE,MM
NIP.196206161989032001


Pembimbing,
Pembimbing I


Drs.Ec. Pandji Soegiono, SE, MM
NIP. 196410231990031002

Pembimbing II


Dra.Ec. Siti Aminah, MM
NIP. 196107121988032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Svamsul Huda, SE,MT
NIP 19590828199003100



SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA LARI NIKE (STUDI PADA
FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA)

Yang diajukan Oleh :

MARIES MAHMUDDIN
1612010154 / FEB / EM

Telah disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing I



Drs.Ec. Pandji Soegiono, SE, MM
NIP. 196410231990031002

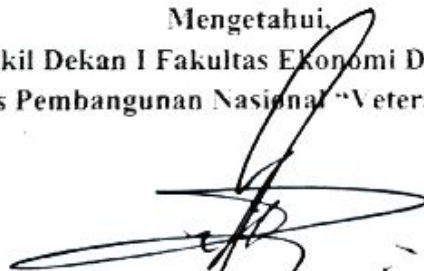
Pembimbing II



Dra.Ec. Siti Aminah, MM
NIP. 196107121988032001

Tanggal : 11 Mei 2020

Mengetahui,
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Eko Puwanto, SE, M.Si
NIP. 195903291987031001

Usulan Penelitian

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA LARI NIKE (STUDI PADA
FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA)

Yang diajukan Oleh :

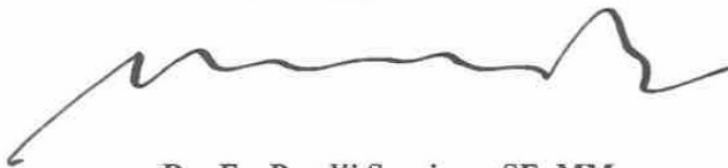
M.ARIES MAHMUDDIN

1612010154 / FEB / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Ec. Pandji Soegiono, SE, MM
NIP. 196410231990031002

Dra. Ec. Siti Aminah, MM
NIP. 196107121988032001

Tanggal: 11 Mei 2020

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Sulastri Irbayuni, S.E, M.M
NIP. 196206161989032001

Lembar persetujuan seminar usulan penelitian

Usulan Penelitian

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU LARI / OLAHRAGA NIKE
(STUDI PADA FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA)**

Yang diajukan Oleh :

M.ARIES MAHMUDDIN

1612010154

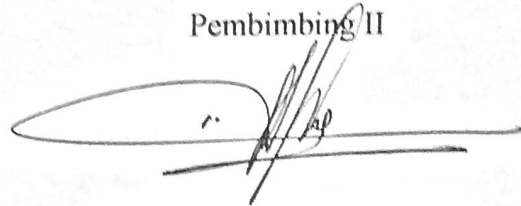
Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing I



Drs.Ec. Pandji Soegiono, SE, MM
NIP. 196410231990031002

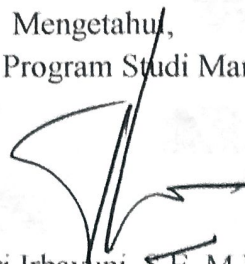
Pembimbing II



Dra.Ec. Siti Aminah, MM
NIP. 196107121988032001

Tanggal : 2 Maret 2020

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Sulastri Irbayuni, S.E, M.M
NIP. 196206161989032001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan judul :

“PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA LARI NIKE DI FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA”

Skripsi ini diajukan dalam rangka melengkapi persyaratan yang harus dilengkapi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Prodi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala hormat menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. AKHMAD FAUZI, M.MT. Selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. SYAMSUL HUDA, SE, M.T. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
3. Ibu SULASTRI IRBAYUNI, SE, M.M. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen – S1 Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. PANDJI SOEGIONO, SE, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan

dorongan yang sangat berharga serta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.

5. Ibu Dra.Ec. SITI AMINAH,MM. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan saran dalam penulisan penelitian ini.
6. Terima kasih yang paling utama peneliti haturkan kepada kedua OrangTua atas segala doa, pengorbanan dan dukungan yang tiada tara, serta seluruh keluarga dan saudara yang mendukung dan mendoakan kesusksesan peneliti.
7. Para teman dan sahabat cangkir kopi M. Mundhir, Arif Widodo, Anton, Dimas Afrizal, Rivaldi, Rendra, Esa, Septian, Alfi, Imam, yang telah memberikan semangat dan masukan dalam penelitian ini.
8. Teman dan sahabat satu Kos Indrawan, Iqbal, Rifqi Amper yang selalu memberikan motivasi, semangat dan kebersamaan selama proses penulisan.
9. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen yang telah ikut berkontribusi, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar peneliti dapat belajar lebih baik lagi.

Surabaya, Februari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|------------------------------------|----------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| LAMPIRAN..... | ix |
| ABSTRAK..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 12 |
| 2.2.1 Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.2 Citra Merek..... | 15 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.2.3 | Persepsi Harga..... | 20 |
| 2.2.4 | Keputusan Pembelian..... | 22 |
| 2.3 | Hubungan Antar Variabel..... | 29 |
| 2.3.1 | Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 29 |
| 2.3.2 | Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 30 |
| 2.4 | Kerangka Konseptual..... | 32 |
| 2.5 | Hipotesis..... | 32 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 33 |
| 3.1.1 | Devinisi Operasional..... | 33 |
| 3.1.2 | Pengukuran Variabel..... | 35 |
| 3.2 | Teknik Penentuan Sampel..... | 36 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.3.1 | Jenis Data..... | 37 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 37 |
| 3.3.3 | Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.4 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 38 |
| 3.4.1 | Uji Validitas..... | 38 |

| | |
|--|----|
| 3.4.2 Uji Reliabilitas..... | 39 |
| 3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis..... | 39 |
| 3.5.1 Teknik Analisis..... | 39 |
| 3.5.2 Cara Kerja PLS..... | 41 |
| 3.5.3 Model Spesifikasi PLS..... | 42 |
| 3.5.4 Langkah-langkah PLS..... | 43 |
| 3.6 Model Kerangka Pemikiran..... | 47 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 48 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 48 |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Responden..... | 48 |
| 4.2.2 Deskripsi Data Variabel..... | 50 |
| 4.3 Analisis Data..... | 55 |
| 4.3.1 Evaluasi Outlier..... | 55 |
| 4.3.2 Interpretasi Hasil PLS..... | 57 |
| 4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)..... | 57 |
| 4.3.2.2 Analisis Model PLS..... | 61 |
| 4.3.2.3 Evaluasi Pengajuan Struktural Model (Inner Model)..... | 62 |
| 4.3.2.4. Inner Model (Pengujian Model Struktural)..... | 64 |

| | |
|---|----|
| 4.4 Pembahasan..... | 65 |
| 4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 65 |
| 4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 66 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 68 |
| 5.2 Saran..... | 68 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Data Top Brand Index..... | 5 |
| Tabel 1.2 Data Penjualan (Footmaster Royal Plaza Surabaya)..... | 6 |
| Tabel 1.3 Data Pra-Survey..... | 7 |
| Tabel 4.1 Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 49 |
| Tabel 4.2 Umur Responden..... | 50 |
| Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan Citra Merek (X1)..... | 50 |
| Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan Persepsi Harga (X2)..... | 52 |
| Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan Keputusan Pembelian (Y1)..... | 53 |
| Tabel 4.6 Outlier Data..... | 56 |
| Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)..... | 57 |
| Tabel 4.8 Average variance extracted (AVE)..... | 60 |
| Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i> | 60 |
| Tabel 4.10 R Square..... | 62 |
| Tabel 4.11 Inner Wight (Table Path Coefficients)..... | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... | 32 |
| Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis PLS..... | 43 |
| Gambar 3.2 Model Struktural Pengukuran..... | 47 |
| Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS..... | 61 |

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3. Hasil *Partial Least Square* (PLS)

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA LARI MEREK NIKE STUDI PADA FOOTMASTER ROYAL PLAZA SURABAYA

M.ARIES MAHMUDDIN

Manajemen, Ekonomi & Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

Mariesmahmuddin07@gmail.com

Keputusan pembelian merupakan salah satu proses dari perilaku konsumen. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga lari Nike Studi pada Footmaster Royal Plaza Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu Pembeli dan pengguna sepatu olahraga lari Nike di Footmaster Royal Plaza Surabaya selama 3 tahun terakhir, sampel diperoleh menjadi 50 responden yang dihitung menggunakan *non probability sampling* tepatnya *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *partial least square* (PLS).

Hasil dari penelitian ini bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Citra merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian