

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan  
Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk Menyusun Skripsi Ssarjana Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

**IQBAL ANAQI**

**20012010289**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

**PEMGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**IOBAL ANAOI**  
20012010289 / FEB / EM

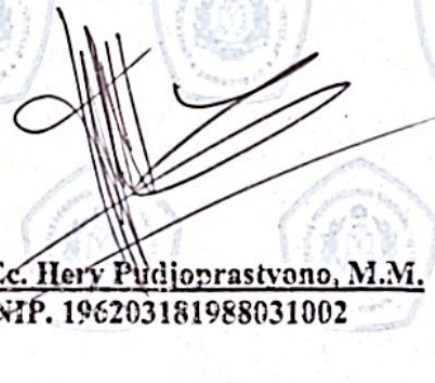
**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 12 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Wiwik Handavanti, SE, M.Si**  
NIP. 196901132021212003

**Pembimbing Utama**



**Drs. Ec. Hery Pudjoprastvono, M.M.**  
NIP. 196203181988031002

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
NIP. 196304201991032001

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iqbal Anaqi  
NPM : 20012010289  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sandal Eiger Di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024  
Yang Menyatakan



Iqbal Anaqi  
20012010289

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER DI SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan penelitian ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPN “Veteran” Jawa Timur).

Dalam penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani S.E.,M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Drs. Ec. HERY PUDJOPRASTYONO, M.M. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala kontribusi dan nasehat-nasehat selama penulisan penelitian.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak serta keluarga besar yang telah mendukung dan membimbing penuh kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya oleh ibu kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan di UPN Veteran Jawa Timur.
8. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 28 April 2024

Penulis

**DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR .....	I
DAFTAR ISI .....	III
DAFTAR GAMBAR .....	VIII
DAFTAR TABEL .....	VIII
ABSTRAK .....	IXX
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12

2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek.....	16
2.2.4.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek .....	17
2.2.4.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	21
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Hipotesis.....	27
<b>BAB III.....</b>	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.1.1 Definisi Operasional.....	28
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	31
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi .....	32
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35

3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data .....	35
3.3.3 Pengumpulan Data .....	35
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
3.4.1 Teknik Analisis .....	36
3.4.2 Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS) .....	37
3.4.3 Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS) .....	37
3.4.4 Langkah-Langkah Partial Least Square (PLS) .....	38
3.5 Asumsi PLS.....	46
3.6 Ukuran Sampel .....	46
3.7 Uji Validitas .....	47
3.8 Uji Reliabilitas.....	47
<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.2.1 Karakteristik Responden .....	49
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	51
4.2.3 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	54
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.3 ANALISIS DATA .....	58
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	58
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	59



4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.4.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN .....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN .....	81
DATA RESPONDEN.....	82
Hasil Kuesioner .....	86
Hasil Olah Data PLS.....	91
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	92
Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....	93
Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	94
Latent Variable Correlations .....	95
R Square.....	95
Cross Loadings .....	95
AVE.....	96
Composite Reliability .....	96

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis PLS.....	38
Gambar 3.2 Contoh Diagram PLS.....	40
Gambar 4.1 Gambar Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square.....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Eiger Top Brand Index.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Eiger Store Wiyung Surabaya.....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Table 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Table 4.6 Residuals Statisticsa.....	61
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	63
Tabel 4.8 Cross Loadings.....	65
Tabel 4.9 Average variance extracted (AVE).....	67
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	68
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations.....	69
Tabel 4.12 R Square.....	71
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	72

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER DI SURABAYA**

**Oleh:**  
**Iqbal Anaqi**  
**20012010289/FEB/EM**

Seiring dengan perkembangan zaman, cukup banyak industri fashion yang bersaing strategi untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu strategi tersebut yaitu dengan meningkatkan kualitas produk dan citra merek yang memiliki ciri khas dan value tersendiri guna mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepatu sandal Eiger di Surabaya.

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *non-probability sampling* yang ditetapkan melalui *purposive sampling*. Kriteria responden terdiri dari pernah melakukan pembelian sepatu sandal Eiger, berdomisili Surabaya dan responden berusia minimal diatas 18 tahun. Sampel yang ditentukan berjumlah 110 responden dan disebar menggunakan *google form*. Data yang dikumpulkan dari responden terdiri dari data primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS), yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis.

Berdasarkan hasil olah data penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. (2) Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk; Citra Merek; Keputusan Pembelian**