

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

MASTUR ROZI

21012010222/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

MASTUR ROZI

21012010222/FEB/EM

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

MASTUR ROZI
21012010222/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 1 Desember 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji

Ketua


Drs. Ec. Hery Pudiprastvono, M.M.
NIP. 196203181988031002


Dr. Sugeng Purwanto, SE.MM
NIP. 196801081989031001

Anggota


Dr. G. Oka Warmana, S.E., M.M.
NIP. 198512052024061002

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mastur Rozi
NPM : 21012010222
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan



Mastur Rozi

NPM. 21012010222

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa penulis mengucapkan Shalawat serta Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penelitian ini merupakan kewajiban bagi penulis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 dan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Adapun judul skripsi yang telah disusun yaitu: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA SURABAYA”**.

Penulis telah melewati banyak macam rintangan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi. Dengan adanya doa, usaha dan motivasi dari berbagai pihak yang terkait, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Bantuan dan bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak karena telah meluangkan waktu, pikiran dan juga tenaga sangat membantu penulis untuk melewati kesulitan, rintangan dan hambatan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., sebagai Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si. CRP., Sebagai Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dra. Wiwik Handayani, SE., M.Si., sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd sebagai dosen wali yang telah memberikan arahan serta motivasi selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastiono, M.M. sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan banyak arahan maupun bantuan secara tulus dan penuh kesabaran selama penulis menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala keperluan administrasi perkuliahan.
8. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, perhatian serta dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan organisasi dari Himpunan Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2023-2024. Terima kasih atas pengalaman dan dukungan yang telah diberikan mulai dari berproses dalam organisasi hingga proses perkuliahan akan berakhir.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah

berkontribusi serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.

11. Dan yang terakhir terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu atas kerja keras dan berjuang sejauh ini dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut untuk dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata penulis menyampaikan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Surabaya, 26 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3 Citra Merek	20
2.2.4 Kualitas Produk	21
2.2.5 Keputusan Pembelian	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	26
2.4 Kerangka Konseptual	27
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	28
3.1.2 Pengukuran Variabel	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33

3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
3.4.1 Teknik Analisis.....	36
3.4.2 Cara Kerja PLS	37
3.4.3 Model Indikator Formatif dan Reflektif	38
3.4.4 Langkah – Langkah PLS.....	40
3.4.5 Asumsi PLS	48
3.4.6 Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1 Profil Perusahaan.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden.....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek	52
4.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	54
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	57
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	60
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	60
4.4 Pembahasan	68
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tren produk sepatu merek Nike	7
Tabel 1. 2 Ulasan konsumen mengenai produk sepatu Nike.....	9
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Ordinal dengan Menggunakan Pembobotan Likert	32
Tabel 4. 1 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 2 Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek.....	52
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4. 5 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	61
Tabel 4. 6 Cross Loading.....	62
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 4. 8 Composite Reliability	64
Tabel 4. 9 Latent Variable Correlations	65
Tabel 4. 10 R Square	66
Tabel 4. 11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk yang sering dibeli di e-commerce dan toko fisik	1
Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna Sepatu Di Dunia	3
Gambar 1. 3 Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia	4
Gambar 1. 4 Top Brand Awards Kategori Sepatu	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3. 1 Model Indikator Formatif	39
Gambar 3. 2 Model Indikator Reflektif	40
Gambar 3. 3 Diagram Jalur Pls	42
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	60
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikasi T-Statistic	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2 Tabulasi Data.	80
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS	83

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**MASTUR ROZI
21012010222/FEB/EM**

Penelitian ini dilakukan untuk menilai pengaruh citra merek dan mutu produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepatu Nike di Surabaya. Motivasi penelitian muncul dari menurunnya penjualan beberapa produk Nike sekaligus pentingnya persepsi konsumen dalam memilih produk di pasar yang semakin kompetitif. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 110 individu yang pernah membeli sepatu Nike. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, terlihat dari nilai path coefficient masing-masing 0,335 dan 0,467 dengan $p\text{-value} < 0,05$. Nilai R^2 sebesar 0,517 mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 51,7% variasi dalam keputusan pembelian. Temuan ini menekankan bahwa persepsi konsumen terhadap kekuatan merek serta kualitas produk menjadi faktor penting dalam mendorong pembelian sepatu Nike, khususnya di tengah dinamika preferensi pasar.

Kata Kunci : Citra merek; Kualitas produk; Keputusan pembelian; Nike.