

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA OUTLET RESMI NIKE
DI JALAN DIPONEGORO SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Aisyah Rachmayanti Aras

NPM: 21042010204

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA OUTLET NIKE
DI JALAN DIPONEGORO SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Aisyah Rachmayanti Aras

NPM: 21042010204

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA OUTLET
NIKE JALAN DIPONEGORO SURABAYA

Disusun Oleh:

Aisvah Rachmayanti Aras

NPM. 21042010204

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Sumainah Fauziah, S.AB., M.A.B.

NIP. 199312072022032015

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 19680418201211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA OUTLET NIKE DI JALAN DIPONEGORO
SURABAYA

Disusun Oleh:

AISYAH RACHMAYANTI ARAS

NPM. 21042010204

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 3 Maret 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Sumainah Fauziah, S.AB., M.A.B.
NIP. 199312072022032015

TIM PENGUJI

1. Ketua



Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.A.B.
NIP. 198910302020121007

2. Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si.
NIP. 196902011994031001

3. Anggota



Sumainah Fauziah, S.AB., M.A.B.
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M., Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Rachmayanti Aras
NPM : 210420102014
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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 ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi 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, 04 Maret 2026
Yang Membuat pernyataan



Aisyah Rachmayanti Aras
NPM. 21042010204

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sepatu Nike Pada Outlet Resmi Nike jalan Diponegoro Surabaya”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan S1 Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan dan motivasi dari beberapa piha. Oleh akrena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan teri kasih kepada:

1. Allah SWT atas perlindungan, kemudahan dan kelancaran yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur
4. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program studi Administrasi Bisnis Universitas Pemabngunan Nasioal “Veteran” Jawa Timur

5. Ibu Sumainah Fauziah, S.A.B., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi terhadap penyusunan proposal ini
6. Seluruh dosen dan staff Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
7. Orang tua dan keluarga atas doa restu serta dukungan mereka, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah menemani dalam proses penyusunan skripsi dan motivasi merka kepada penulis.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 24 Febuari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINAJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 Citra Merek	22
2.2.3 Kualitas Produk.....	26
2.2.4 Harga.....	28
2.2.5 Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4 Kerangka Berfikir	37
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian.....	40

3.3 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	40
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	40
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	45
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik penarikan Sampel	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel	47
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1 Jenis Data.....	50
3.5.2 Sumber Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	53
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.4 Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Profile Objek Penelitian.....	59
4.1.2 Logo Sepatu Nike	62
4.1.3 Visi dan Misi Sepatu Nike	63
4.2 Penyajian Data.....	63
4.2.1 Data Responden	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	68
4.3 Uji Instrumen Data	78
4.3.1 Uji Validitas.....	78
4.3.2 Uji Reliabilitas	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	80
4.4.1 Uji Normalitas.....	80
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	81
4.4.3 Uji Heteroskedasitas	82
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	83

4.6 Uji Hipotesis.....	86
4.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	87
4.6.2 Uji Parsial (Uji T)	89
4.7 Pembahasan.....	91
4.7.1 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	91
4.7.2 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	92
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	93
4.7.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Sepatu Yang Paling Diminati Tahun 2020-2024	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Sepatu Tahun 2022	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian	67
Tabel 4.7 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	69
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Citra Merek	69
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	72
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Harga	74
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	88
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji T)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Penyebaran Outlet Sepatu Nike Di Surabaya.....	8
Gambar 3.1 Model Regresi Linear Berganda	56
Gambar 4.1 Logo Sepatu Nike.....	62
Gambar 4.2 Model Regresi Linear Berganda	84

ABSTRAK

AISYAH RACHMAYANTI ARAS, 21042010204, PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA OUTLET RESMI NIKE DI JALAN DIPONEGORO SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Nike pada outlet resmi Nike di jalan diponegoro Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kauntitatif dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, citra merek, kualitas produk, dan harga juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif konsumen terhadap kekuatan merek, kualitas produk yang baik, serta kesesuaian harga mampu meningkatkan keputusan pembelian sepatu Nike. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT***AISYAH RACHMAYANTI ARAS, 21042010204 THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS OF NIKE SHOES AT THE OFFICIAL NIKE OUTLET ON JALAN DIPONEGORO SURABAYA***

This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, and price on the purchase decisions of Nike shoes at the Official Nike Outlet on Jalan Diponegoro, Surabaya. The research approach used is quantitative, employing a survey method through the distribution of questionnaires to 100 respondents selected using purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software.

The results of the study indicate that simultaneously, brand image, product quality, and price have a significant effect on the purchase decisions of Nike shoes. Partially, brand image, product quality, and price are also proven to have a significant effect on purchase decisions. These findings suggest that consumers' positive perceptions of brand strength, good product quality, and appropriate pricing can enhance their purchase decisions for Nike shoes. This study is expected to provide valuable insights for companies in formulating marketing strategies to improve consumer purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision.