

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU LARI NIKE
DI KALANGAN GEN Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

DICKY ZAKARIA USMAN

22012010149/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2026**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU LARI *NIKE*
DI KALANGAN GEN Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

DICKY ZAKARIA USMAN

22012010149/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU LARI NIKE
DI KALANGAN GEN Z DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

DICKY ZAKARIA USMAN

22012010149/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: 13 Juli 2026**

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

**Tim Penguji
Ketua**



Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd
NIP. 196409201989032001

Anggota



Drs. Ec. Bowo Santoso, MM
NIPPPK. 196207282021211001

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 : Dicky Zakaria Usman
NPM : 22012010149
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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, 13 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Dicky Zakaria Usman

NPM. 22012010149

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Tujuan	16
1.4. Manfaat	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Manajemen Pemasaran	22
2.2.2 Persepsi Harga	24
2.2.3 Citra Merek	29
2.2.4 Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4 Kerangka Konseptual	36
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Operasional Pengukuran Variabel	38
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	38
3.1.2 Pengukuran Variabel	41

3.2	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sampel	43
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1	Jenis Data	44
3.3.2	Pengumpulan Data.....	44
3.4	Uji Validasi dan Reliabilitas	45
3.4.1	Uji Validasi	45
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	47
3.5.1	Teknik Analisis PLS	47
3.5.2	Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	48
3.5.3	Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS).....	48
3.5.4	Langkah-langkah PLS.....	49
3.5.5	Asumsi PLS.....	52
3.5.6	Sample Size	52
3.5.7	Uji Hipotesis.....	53
3.6	Diagram Alur Smart PLS.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Profil Nike.....	54
4.2	Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57

4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.3.1	Deskripsi Persepsi Harga (X1).....	58
4.3.2	Deskripsi Citra Merek (X2)	60
4.3.3	Deskripsi Keputusan Pembelian.....	61
4.4	Intepretasi Hasil Olah Data PLS	63
4.4.1	<i>First Order</i> (Model Pengukuran Dimensi dengan Indikator dan Variabel dengan Indikator).....	63
4.4.2	Analisis Model PLS	67
4.4.3	Evaluasi Pengujian Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	67
4.4.4	Pengujian Hipotesis	68
4.5	Intepretasi Hasil dan Pembahasan.....	69
4.5.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.5.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	70
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tren Minat Lari	2
Tabel 1. 2 Penurunan Kinerja Keuangan	6
Tabel 1. 3 Penurunan Sepatu Lari Nike	10
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4. 5 Kategori Penelitian	58
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	58
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	60
Tabel 4. 8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 9 <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	65
Tabel 4. 12 <i>Composite Reability</i>	65
Tabel 4. 13 <i>Latent Variable Correlations</i>	66
Tabel 4. 14 <i>R-Square</i>	68
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	68

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Tabulasi Data	84
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kenaikan Jumlah Pelari	4
Gambar 1. 2 Top Brand Indeks Nike 2022-2025	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3. 1 Gambar Langkah-langkah PLS	52
Gambar 3. 2 Diagram Alur Smart PLS	53
Gambar 4. 1 Outer Model PLS	67

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU LARI NIKE
DI KALANGAN GEN Z DI KOTA SURABAYA**

Dicky Zakaria Usman

22012010149

ABSTRAK

Meningkatnya tren olahraga lari di Indonesia tidak diikuti dengan peningkatan penjualan sepatu lari Nike. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan terhadap produk, tetapi juga oleh persepsi harga dan citra merek. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu lari Nike di kalangan Generasi Z di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kota Surabaya yang pernah membeli atau menggunakan sepatu lari Nike. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 127 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji hubungan antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T-statistic sebesar 2,931 dan p-value sebesar 0,003. Citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T-statistic sebesar 2,077 dan p-value sebesar 0,038. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi konsumen terhadap harga dan semakin baik citra merek Nike, maka semakin tinggi pula kecenderungan Generasi Z di Kota Surabaya untuk melakukan keputusan pembelian sepatu lari Nike.

Kata Kunci: *Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan pembelian*