

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

SANDO SULISTIYAN

B100110144

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)

SKRIPSI

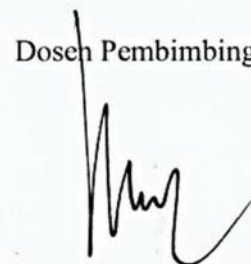
Oleh:

SANDO SULISTIYAN

B 100 110 144

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Ma'ruf, M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Disusun oleh:

SANDO SULISTIYAN

B 100 110 144

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 Januari 2019

Pembimbing Utama,



(Drs. Ma'ruf, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SANDO SULISTIYAN**
NIRM : **B100110144**
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK NIKE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **18 JANUARI 2019**

Yang membuat pernyataan,

SANDO SULISTIYAN

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebaikan-kebaikan
(amal saleh), mereka itulah sebaik-baik makhluk”

(Al-Bayyinah: 7)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah
selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang
lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.

(Q.S. Al- Insyirah: 6-8)

Dan mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan mengerjakan sholat.

Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang
yang khusyuk, (yaitu) orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui

Tuhannya, dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya.

(Q.s Al-Baqarah : 45-46)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada Allah S.W.T yang Maha Kuasa, rahmat, detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang tersayang.

Bapakku SURANTO dan Ibuku SITI ZULAIKAH

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada kalian yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, semangat dan kesabaran yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata sayang dan persembahan, semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia. Terimakasih untuk Bapak dan Ibu yang selalu memberikan motivasi dan selalu mendukung dan mendoakanku, selalu menasehatiku dengan kesabaran yang luar biasa agar menjadi lebih baik.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif, metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang tercatat masih aktif sebagai mahasiswa sebanyak 100 responden dengan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi; uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji secara parsial, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike. Adapun hasil uji secara bersama-sama (simultan), kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) kualitas produk dan citra mampu menjelaskan variabilitas keputusan pembelian sepatu merek Nike sebesar 35,7%.
Kata kunci: kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aim to know influence of product quality and brand image to purchasing decision of shoe brand Nike. This research is a quantitative research with descriptive data analysis, as for data collecting method by propagating questione. The population and sample which used in this research is student of Muhammadiyah university of Surakarta which is noted still active as student counted 100 respondents with Sampling technique used in this study is random sampling. Hypothesis in this research is tested by using analysis method covering; validity test, reliability test, classical assumption test, doubled linear regression, t test, F test, and coefficient of determinacy (R²). Result of research indicate that test by partial, product quality have an effect on to purchasing decision of shoe of brand Nike and brand image have an effect on to purchasing decision of shoe of brand Nike. As for result of test by together (simultan), product quality and brand image have an effect on by together to purchasing decision of shoe of brand Nike. Result of coefficient of determinacy (R²) test indicate that product quality and brand image can explain variability purchasing decision of shoe of brand Nike equal to 35,7%.

Keyword: *product quality, brand image and purchasing decision.*

KATA PENGANTAR

Assalammu'allaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Ta'ala, atas segala hidayah dan rahmat-Nya serta Sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasallam, sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)”**.

Skripsi ini diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari:

1. Allah S.W.T yang telah menuntun dan memberikan jalan untuk dapat menyelesaikan program Sarjana (S1).
2. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta beserta seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Drs. Ma'ruf, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
6. Bapak Farid Wajdi, SE, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan nasihat selama proses perkuliahan ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
8. Keluarga tercinta Bapak Suranto, Ibu Siti Zulaikah dan Kakak-kakakku yang selalu memberikan finansial, semangat, dukungan, kasih sayang, serta doa yang tidak pernah ada putus-putusnya.
9. Pak Popo, para staf tata usaha, dan perpustakaan serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis selama masa studi.
10. Seluruh teman-teman Manajemen 2011, 2012 , 2013 , dan 2014 yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang selalu menjadi teman belajar bersama selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta.
11. Para responden penelitian yang sudah mau menyisihkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebut satu persatu, yang sudah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam sejahtera.

Wassalamu'allaikum Wr.Wb

Surakarta, 18 Januari 2019

Penulis

Sando Sulistiyani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	10

2.1.3	Citra Merek	13
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Kerangka Pemikiran	19
2.4	Hipotesis	20
BAB III		21
METODE PENELITIAN		21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independen</i>).....	21
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>).....	22
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	22
3.4	Metode Pengumpulan Data	23
3.5	Desain Pengambilan Sampel	23
3.5.1	Populasi.....	23
3.5.2	Sampel.....	23
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.6	Metode Analisis Data	25
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	25
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	27
BAB IV		31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Deskripsi Responden	31
4.2	Analisis Data	32
4.2.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
4.2.2	Uji Hipotesis	35

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
BAB V.....	39
PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Keterbatasan Penelitian	39
5.3 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 31	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	32
Tabel 4. 3 Hasil Validitas pada Variabel Kualitas Produk.....	33
Tabel 4. 4 Hasil Validitas pada Variabel Citra Merek	33
Tabel 4. 5 Hasil Validitas pada Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 6 Hasil Reliability	34
Tabel 4. 7 Hasil Analisis	35
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	7
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 1	Hasil Uji Validitas
Lampiran 2	Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 3	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 4	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda