

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
FUTSAL *ORTUSEIGHT* (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga
Mahasiswa Futsal Putra dan Putri Univesitas Negeri Jakarta)**

SKRIPSI

Oleh

Salwa Reza Safina

1931150038



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
FUTSAL *ORTUSEIGHT* (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga
Mahasiswa Futsal Putra dan Putri Univesitas Negeri Jakarta)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

Salwa Reza Safina

1931150038



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Reza Safina
NIM : 1931150038
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL *ORTUSEIGHT* (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa Futsal Putra dan Putri Universitas Negeri Jakarta” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 8 Februari 2023



(Salwa Reza Safina)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL
ORTUSEIGHT (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa Futsal
Putra dan Putri Universitas Negeri Jakarta)**

Oleh:

Nama : Salwa Reza Safina
NIM : 1931150038
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1 - Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 8 Februari 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Carolina F. Sembiring, SE., MM)
NIDN : 0014740316077002

Pembimbing II

(Dr. Posma Sariguna Johnson Kennedy, ST., SE., MSi., MSE)
NIDN : 0331017403

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jhony Siagian, S.E., MMA)

Dekan



(Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 8 Februari 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:




Nama : Salwa Reza Safina

NIM : 1931150038

Program Studi : S1 – MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “PENGARUH PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL *ORTUSEIGHT* (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa Futsal Putra dan Putri Universitas Negeri Jakarta)” oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Sautman Sinaga., S.E., M.M.	Sebagai Ketua	
2	Fenny B.N.L. Tobing., S.E., M.M.A.	Sebagai Sekretaris	
3	Carolina F. Sembiring., S.E., M.M.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 8 Februari 2023



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Reza Safina
NIM : 1931150038
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : PENGARUH PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL *ORTUSEIGHT* (Studi Kasus Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa Futsal Putra dan Putri Universitas Negeri Jakarta)

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 08 Februari 2023



Salwa Reza Safina

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal *Ortuseight* (Studi Kasus Ukom Futsal Putra dan Putri UNJ)”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi di Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

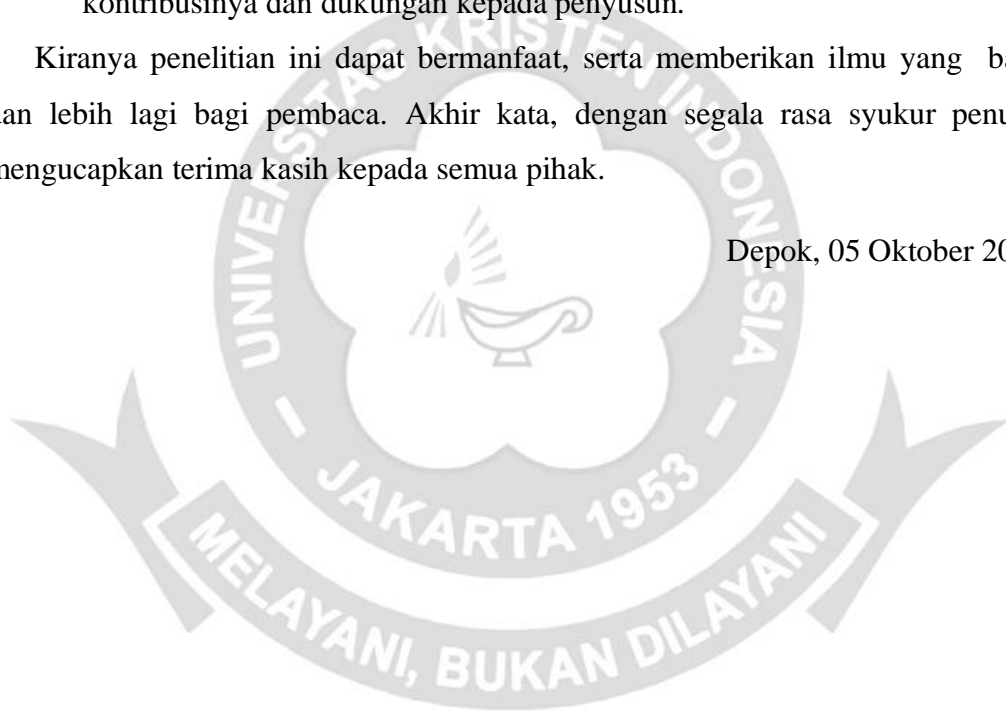
Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Ibu Carolina F. Sembiring, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Bapak Dr. Posma S.J.K Hutasoit, SE., MSi., MSE., selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu sabarr melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
8. Eviawati dan Mayani selaku tante dan nenek yang sudah memberikan motivasi penuh dan mendoakan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Richard Anggiat Slamet, selaku pembina Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa (UKOM) Univesitas Kristen Indonesia yang telah membina dan membimbing saya selama ini di Universitas Kristen Indonesia
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kontribusinya dan dukungan kepada penyusun.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

Depok, 05 Oktober 2022



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Kajian Teoritis	8
2.2. Pemasaran	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.3. Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.3. Citra Merek	9
2.3.1. Pengertian Citra Merek	9
2.3.2. Faktor faktor citra merek	10
2.3.3. Dimensi citra merek	11
2.3.4. Indikator citra merek	11
2.4. Harga	12

2.4.1.	Pengertian harga	12
2.4.2.	Penetapan harga	13
2.4.3.	Indikator harga	14
2.5.	Kualitas Produk.....	14
2.5.1.	Pengertian kualitas produk	14
2.5.2.	Dimensi kualitas produk	15
2.5.3.	Indikator kualitas produk	16
2.6.	Keputusan pembelian	16
2.6.1.	Pengertian keputusan pembelian	16
2.6.2.	Tahap-tahap pengambilan keputusan	16
2.6.3.	Indikator keputusan pembelian	17
2.7.	Keterkaitan antar variabel penelitian	18
2.7.1.	Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian	18
2.7.2.	Hubungan harga terhadap keputusan pembelian	18
2.7.3.	Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	19
2.8.	Peneliti Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.2.1.	Populasi penelitian	22
3.2.2.	Sampel penelitian	22
3.3.	Metode pengumpulan data	22
3.4.	Definisi Operasional dan Operasional Variabel.....	23
3.4.1.	Definisi Operasional	23
3.4.2.	Operasional variabel	24
3.5.	Hipotesis Penelitian	25
3.6.	Metode pengolahan data.....	26
3.7.	Teknik analisis data.....	26
3.7.1.	Uji statistik deskriptif	26
3.7.2.	Uji Validitas	26
3.7.3.	Uji Reabilitas	27

3.8. Uji Asumsi Klasik	28
3.8.1. Uji normalitas	28
3.8.2. Uji multikolinearitas	28
3.8.3. Uji heteroskedastisitas	29
3.9. Analisis Regresi Linear Berganda	29
3.10. Koefisien Determinasi (R^2)	30
3.11. Uji Hipotesis	30
3.11.1. Uji t	30
3.11.2. Uji F	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1. Sejarah singkat perusahaan produk sepatu futsal Ortuseight	33
4.1.2. Profil, Visi, dan Misi Perusahaan Sepatu futsal Ortuseight	33
4.2. Deskripsi Responden	34
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.3. Analisis Data	35
4.3.1. Uji Validitas	35
4.3.2. Uji Reabilitas	37
4.4. Hasil Analisis Deskriptif	39
4.4.1. Statistik Deskriptif Responden	39
4.4.2. Statistik Deskriptif Variabel	53
4.5. Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	58
4.5.2. Hasil Uji Multikolonearitas	59
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.7. Hasil Koefisien Determinasi	62
4.8. Hasil Uji Hipotesis	63
4.8.1. Hasil Uji t (Parsial)	63
4.8.2. Hasil Uji F (Simultan)	64

BAB V PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Ketentuan Pengukuran Instrument Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	24
Tabel 4.1 Usia Responden.....	34
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.11	39
Tabel 4.12	40
Tabel 4.13	40
Tabel 4.14	41
Tabel 4.15	41
Tabel 4.16	42
Tabel 4.17	42
Tabel 4.18	43
Tabel 4.19	43
Tabel 4.20	44
Tabel 4.21	44
Tabel 4.22	45
Tabel 4.23	45
Tabel 4.24	46
Tabel 4.25	46
Tabel 4.26	47

Tabel 4.27	47
Tabel 4.28	48
Tabel 4.29	48
Tabel 4.30	49
Tabel 4.31	49
Tabel 4.32	50
Tabel 4.33	50
Tabel 4.34	51
Tabel 4.35	51
Tabel 4.36	52
Tabel 4.37	52
Tabel 4.38 Deskripsi Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.39 Deskripsi Variabel Harga.....	54
Tabel 4.40 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.41 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.42 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik	58
Tabel 4.43 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.44 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Statistik	60
Tabel 4.45 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4. 46 Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.47 Hasil Uji t	63
Tabel 4.48 Hasil Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR – I.1 Kerangka Berpikir.....	6
GAMBAR – 4.1 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik	58
GAMBAR – 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN - 1 Kuesioner Penelitian	70
LAMPIRAN – 2 Tabulasi Skor Variabel.....	74
LAMPIRAN – 3 Hasil Uji Validitas.....	83
LAMPIRAN – 4 Hasil Uji Reabilitas	87
LAMPIRAN – 5 Hasil Uji Normalitas	88
LAMPIRAN – 6 Hasil Uji Multiokolonearitas.....	89
LAMPIRAN – 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
LAMPIRAN – 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
LAMPIRAN – 9 Hasil Uji Hipotesis	92



ABSTRAK

Salwa Reza Safina, Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal *Ortuseight* (Studi Kasus Ukom Futsal Putra dan Putri UNJ)

Penelitian ini memiliki tujuan agar mengetahui pengaruh dari citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Ortuseight pada ukom futsal putra dan putri Universitas Negeri Jakarta. Populasi penelitian ini ialah seluruh Mahasiswa/I Universitas Negeri Jakarta yang terdaftar aktif di semester Gasal T.A 2022/2023. Pengambilan sampel pada mahasiswa UKOM futsal putra dan putri UNJ Angkatan 2020,2021 dan 2022 diperoleh dari 80 responden dengan kuesioner yang dijadikan sebagai sumber data primer dengan teknik *purposive sampling*. Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi (R²) merupakan komponen menganalisis untuk digunakan di penelitian ini. Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya : (1) tidak ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight pada Ukom futsal UNJ. (2) ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight pada Ukom futsal UNJ. (3) ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight pada Ukom futsal UNJ. (4) terdapatnya pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight adalah 87,9% serta hal lain dikarenakan beberapa faktor yang tidak diteliti oleh peneliti. Peneliti menyarankan agar perusahaan Ortuseight lebih banyak mempromosikan barang yang dipasarkan, supaya sepatu futsal buatan perusahaan ini lebih dikenal oleh penggemar futsal.

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

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain whether male and female Jakarta State University futsal students made purchases of Ortuseight brand futsal shoes based on price, brand image, and product quality. All Jakarta State University students who were registered as active for the Odd Semester Academic Year 2022/23 comprised the population of this study. Using a questionnaire that served as the primary data source, 80 male and female UKOM futsal UNJ students were sampled in 2020, 2021, and 2022 using a purposive sampling method. The components of the analysis that will be utilized in this study include the coefficient of determination (R^2), multiple linear regression analysis, reliability test, classical assumption test, t test, and F test. This study's findings demonstrate: 1) At Ukom futsal UNJ, customers' decisions to purchase Ortuseight futsal shoes are unaffected by the brand's image. 2) The decision to purchase Ortuseight futsal shoes at Ukom futsal UNJ is influenced by price. 3) At Ukom futsal UNJ, purchasing decisions for Ortuseight futsal shoes are influenced by product quality. 4) Due to a number of unstudied factors, there is an influence of brand image, price, and product quality on Ortuseight futsal shoe purchasing decisions of 87.9%. Specialists propose that the Ortuseight organization advances a greater amount of the merchandise it sells, so that the futsal shoes made by this organization are better known by futsal fans.

Keywords: Brand image, Price, Product Quality, Purchase Decision