

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA  
(STUDI KASUS PADA REMAJA SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**HARIS PRASETYO**  
**NPM: 18420077**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Haris Prasetyo  
NPM : 18420077  
Alamat : Lakarsantri RT.5 RW.1 GG. 1 No. 23, Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul ” **Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Remaja Surabaya)**” bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Agustus 2022

  
  
(Haris Prasetyo)

**SKRIPSI**  
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA**  
**(STUDI KASUS PADA REMAJA SURABAYA)**

Diajukan oleh:  
**HARIS PRASETYO**  
NPM: 18420077

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dr. Santirianingrum, SE, M.Com**

Tanggal, 01-08-2022

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Kristiningsih S.E., M.Si**

Tanggal, 01-08-2022

**SKRIPSI**  
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA**  
**(STUDI KASUS PADA REMAJA SURABAYA)**

Disusun oleh:

**HARIS PRASETYO**  
**NPM: 18420077**

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



**Dr. Santirianingrum, SE, M.Com**

Ketua Dewan Penguji



**Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM**

Ketua Dewan Penguji



**Evianah, SE, M.Si**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal 01-08-2022...



**Dr. Kristiningsih S.E., M.Si**  
**Ketua Program Studi**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu penulisan dengan judul, **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Remaja Surabaya)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi Manajemen.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Santirianingrum, SE, M.Com. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Atty Erdiana, SE., M.Ak. selaku Dosen Wali, terima kasih atas saran dan masukan yang diberikan terhadap penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya program studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.

7. Kedua orang tua, yang tercina Bapak Sampirno dan Ibu Mutmainah yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
8. Saudara Saya Kiki, Rifqi, Reza, Sintya, Arvina yang selalu memberikan motivasi disaat lelah dan memberi semangat supaya tidak pantang menyerah menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat Saya Edo, Haris, Nanang, Dymas, Rozi Rizky, Reza, Bagus, Imam, Eky yang selalu mengingatkan, memberi semangat supaya tidak gampang menyerah serta dukungan, dan selalu menerima keluh kesah agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.
10. Sahabat Manajemen B dan Manajemen F yang saling memberi dukungan serta informasi selama 4 tahun masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, 3 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.2 Citra Merek .....	10
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....	10
2.1.2.2 Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek .....	11
2.1.2.3 Indikator Citra Merek .....	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.3.3 Faktor-Faktor Kualitas Produk .....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.3 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	17

2.2.1 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....	17
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Peneliti Sebelumnya.....	19
2.4 Hipotesis Dan Model Analisis .....	20
2.4.1 Hipotesis .....	20
2.4.2 Model Analisis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	22
3.2 Populasi Dan Sampel .....	22
3.2.1 Populasi Penelitian.....	22
3.2.2 Sampel Penelitian.....	23
3.3 Identifikasi Variabel.....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	25
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Citra Merek (X1).....	26
3.4.3 Definisi Operasioal Variabel Kualitas Produk (X2) .....	26
3.5 Jenis Dan Sumber data .....	30
3.6 Teknik Analisis .....	31
3.6.1 Uji Validitas .....	31
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.6.3 Analisis Linier Berganda .....	31
3.6.4 Uji Hipotesis .....	32
3.6.4.1 Uji t (Parsial) .....	32
3.6.4.2 Uji F.....	33
3.6.4.3 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Sejarah Sepatu Ventela .....	35
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	39



4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.3 Deskripsi Hasil Jawaban Responden .....	41
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	42
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	43
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	44
4.4 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	44
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	44
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
4.5 Hasil Analisis Data.....	47
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.5.2 Hasil uji Hipotesis.....	48
4.5.2.1 Hasil Uji F .....	48
4.5.2.2 Hasil Uji T .....	50
4.5.2.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	52
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATAS</b> .....	<b>55</b>
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Saran.....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar 5 Merek Sepatu Lokal Dan Perbandingan Harga .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Surabaya Tahun 2021 .....	23
Tabel 3.2 Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael .....	24
Tabel 3.3 Indikator dari Masing-Masing Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	40
Tabel 4.5 Kategori Masing Masing Variabel.....	42
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek (X <sub>1</sub> ) .....	42
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X <sub>3</sub> ).....	43
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Realiabilitas .....	46
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Sepatu Ventela .....	4
Gambar 2.1 Model Analisis .....	21
Gambar 4.1 Logo Sepatu Ventela .....	35
Gambar 4.2 Sepatu Ventela Sang Sekerta Lohita .....	36
Gambar 4.3 Potret Presiden Jokowi Menggunakan Sepatu Ventela.....	37
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji F.....	49
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	51

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara mengambil kuisioner. Populasi pada penelitian ini adalah Remaja Di Surabaya dengan umur 16 tahun sampai 36 tahun. Jumlah sampel yang digunakan adalah 272 responden dengan metode analisis purposve sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan layak untuk diteliti. Secara parsial Variabel Citra Merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada remaja di Surabaya.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of brand image and product quality on the decision to purchase Ventela shoes. This study uses a quantitative method by taking a questionnaire. The population in this study were teenagers in Surabaya, aged 15 to 36 years. The number of samples used was 272 respondents with purposive sampling analysis method. namely sampling based on certain criteria. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression with the help of SPSS. Based on the results of hypothesis testing in this study, it shows that the variables used are worthy of research. Partially, Brand Image and product quality have a significant effect on the decision to buy Ventela shoes for teenagers in Surabaya.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*