

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

RAFLY ARY PRASTIYO

NPM : 21420061

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

Rafly Ary Prastivo

NPM : 21420061

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Evianah, SE, MSi

Tanggal, 16 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., MM.

Tanggal, 16 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

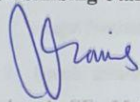
SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

Diajukan Oleh :

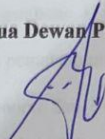
**Rafly Ary Prastyo
NPM : 21420061**

Pembimbing Utama



Evianah, SE., Msi

Ketua Dewan/Penguji Lain



Dr. Djojo Dihadjo, SE., MM. Mak

Anggota Dewan Penguji



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal 16 Januari 2023**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rafly Ary Prastiyo
NPM : 21420061
Alamat : JL.Raya Made Utara No 29 RT 02 RW 04
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS ”** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 4 Februari 2025



METERAI
TEMPEL
BFAMX234855418
Rafly Ary Prastiyo
NPM : 2142006

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan skripsi yang dengan judul “ **Pengaruh *brand image*, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu adidas (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)** . Skripsi ini disusun penulis dengan tujuan menyelesaikan tugas akhir untuk memenuhi syarat dan menyelesaikan Program S1 Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan dorongan dan berbagai motivasi dari berbagai pihak, penulis tidak akan berhasil untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan dan menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Kepada :

1. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.TK.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M. Ak selaku dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Matheous Tamonsang, SE, M.Si selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Evianah, SE, MSi selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing, mengarahkan, memotivasi, memberikan saran-saran dan memberikan kemudahan selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terutama dosen dalam Program Studi Manajemen, yang telah memberikan banyak pengarahan dan memberikan berbagai pengetahuan yang sangat berharga dan sangat bermanfaat dalam proses peningkatan pemahaman penulis.
7. Untuk seluruh karyawan TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh keluarga penulis, khususnya ayah tercinta, ibu tercinta, kakak tersayang, dan adik tersayang yang terus memberikan dukungan dan motivasi, serta terus menerus mendoakan penulis agar selalu dalam lindungan allah dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini tanpa adanya halangan dan kendala apapun.
9. Untuk sahabat terbaik Pendik, Rendy, Afrizal, Dayat, Nazil, Aryaditya, Salafin, Alam, Axel, Ersu, Tri Agus, Zidane yang selalu membantu penulis dan selalu member support dan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
10. Untuk indah, wanda, salwa, olip, annas, mayang, mayka, Dinda yang juga memberikan dukungan terus menerus dan support, penulis mengucapkan terima kasih.

11. Dan seluruh teman-teman angkatan 2021 Program Studi Manajemen terima kasih telah membantu dan mendukung penulis sampai bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kakak tingkat alvan, neta, mahdew, wahyu, aulia, There, gilang yang selalu memberikan dorongan dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih.
13. Adik tingkat Asrul yang selalu menemani penulis untuk mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini penulis ingin mengucapkan terima kasih.

Penulis selalu berdoa kepada Allah SWT untuk selalu memberikan yang terbaik untuk semua pihak yang ikut membantu penulis mengerjakan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada di skripsi ini maka kritik dan masukan sangat lah bermanfaat

Surabaya, Januari 2025

Penulis



(Rafly Ary Prastiyo)

ABSTRAK

Persaingan bisnis dikalangan sepatu mengalami perkembangan yang sangat drastis di era sekarang, banyak sekali produk produk dari brand sepatu muncul dan bersaing di pasar. Adidas menjadi salah satu brand yang menjadi primadona dengan sepatu yang banyak diidolakan oleh konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu adidas (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Pendekatan dari penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Aktif Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan beberapa kriteria mahasiswa yang minimal berusia 18 tahun, mahasiswa aktif dan sedang menempuh studi di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dan mahasiswa yang pernah membeli atau memakai sepatu adidas. Responden pada penelitian ini 100 responden yang merupakan sample yang diolah dengan penyebaran kuesioner online melalui *google form* sebagai alat pengumpulan data. Dan diolah menggunakan IBM *Statistic SPSS* Versi 23, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Pengujian uji t dengan hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis pertama *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hipotesis kedua harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, hipotesis ketiga gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image, Harga, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Business competition among shoes has experienced very drastic developments in the current era, many products from shoe brands have emerged and competed in the market. Adidas is one of the favorite brands with shoes that are idolized by many consumers. The aim of this research is to determine the influence of brand image, price and lifestyle on the decision to purchase Adidas shoes (Case Study of Students at Wijaya Kusuma University, Surabaya). The approach of this research is to use a quantitative approach. The population in this study were all active students at Wijaya Kusuma University, Surabaya. The sample used in this research was purposive sampling with several criteria: students who were at least 18 years old, active students and currently studying at Wijaya Kusuma University, Surabaya, and students who had ever bought or worn Adidas shoes. The respondents in this study were 100 respondents who were a sample that was processed by distributing online questionnaires via Google Form as a data collection tool. And processed using IBM Statistics SPSS Version 23, using multiple linear regression analysis techniques. Testing the t test with hypotheses shows that the first hypothesis brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, the second hypothesis price has a significant positive effect on purchasing decisions, the third hypothesis lifestyle has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Price, Lifestyle, and Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Sistematika Skripsi.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Brand Image.....	9
2.1.3 Harga	11
2.1.4 Gaya Hidup	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Hipotesis Dan Model Analisis.....	20
2.3.1 Hipotesis.....	20
2.3.2 Model Analisis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

3.1	Pendekatan Penelitian.....	23
3.2	Populasi Dan Sampel.....	24
3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampel 24	
3.3	Identifikasi Variabel	25
3.3.1	Variabel Independen (X).....	25
3.3.2	Variabel dependen (Y)	26
3.4	Definisi Operasional Variabel	26
3.4.1	<i>Brand Image</i> (X1).....	26
3.4.2	Harga (X2)	27
3.4.3	Gaya Hidup (X3).....	28
3.4.4	Keputusan Pembelian.....	28
3.5	Jenis dan Sumber Data	29
3.5.1	Jenis Data	29
3.5.2	Sumber Data.....	30
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Uji Validitas dan Reabilitas	32
3.7.1.1	Uji Validitas	32
3.7.1.2	Uji Reabilitas.....	33
3.7.2	Uji T	34
3.7.3	Uji F	34
3.7.4	Uji Hipotesis	35
3.7.5	Regresi Linier Berganda	35
3.7.6	Koefisien Determinasi.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	37
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden.....	40

4.3.1.1	Brand Image (X1).....	41
4.3.1.2	Harga (X2).....	42
4.3.1.3	Gaya Hidup (X3).....	43
4.3.1.4	Keputusan Pembelian (Y)	44
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	45
4.4.1	Hasil Uji Validitas	45
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas	46
4.4.3	Uji T	47
4.4.4	Uji F	48
4.4.5	Uji Hipotesis	49
4.4	Regresi Linier Berganda.....	50
4.5	Koefisien Determinasi	51
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.6.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas..	51
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas.....	52
4.6.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas.....	53
BAB V PENUTUP.....		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
5.3	Keterbatasan Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Model Analisis	22
---------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 4.1 Karakteristi Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	39
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden	40
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Brand Image	41
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Harga	42
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Gaya Hidup.....	43
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hail Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji F	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	60
Lampiran II Tabulasi Data& Olah Data.....	65