

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE ALL STAR
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

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



Diajukan Oleh :

AGUNG WALUYO

NPM : 17420035

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

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Agung Waluyo
NPM : 17420035
Alamat : JL. Gumuk Porong no 8 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**" bukan merupakan plagiasi atau 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, 13 Maret 2021

Yang membuat pernyataan



Agung Waluyo
17420035

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU CONVERSE ALL STAR
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

Agung Waluyo

NPM : 17420035

TELAH DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. REDY EKO HS., MM.

Tanggal, 11 Januari 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M. Si

Tanggal, 11 Januari 2021

HALAMAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU CONVERS ALL STAR**

**(Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AGUNG WALUYO

NPM : 17420035

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Drs. Ec. REDY EKO HS., MM.

Anggota Dewan Penguji



Lestari, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Evianah, SE., M.Si

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal.....



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

NIK. 94233-ET

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE ALL STAR**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun berkat kehendak-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materiil. Oleh karena itu , dengan penuh kerendahan hati patultah kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Sri Harmadji., dr.,Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Drs. Ec. Redy Eko HS., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M. Si selaku dosen wali yang telah mengarahkan dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membrikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang memberikan informasi dan fasilitas terkait program skripsi.
8. Orang tua tercinta Ayah dan ibu, tersayang yang selalu memberi doa, semangat dan dukungan tanpa lelah untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat manajemen A angkatan 2017 Dais, Adit, Bima, Fahmi, Waskito, Paul, dan Faizal dan teman-teman yang lain.
10. Terimakasih juga buat Anak FEB Tahun angkatan 2017 yang bersedia menjadi responden didalam penelitian tugas akhir ini

11. Terimakasih kepada seluruh pengurus ORMAWA FEB dan alumni DPM FEB periode 2017-2018, dan yang sudah memberikan keluarga, cerita, ilmu, serta pengalaman yang sangat berharga selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

Surabaya, 2 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.3.1 Elemen Citra Merek	11
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	13
2.1.3.3 Indikator Citra Merek	14

2.1.4 Pengertian Harga	15
2.1.4.1 Tujuan Penetapan Harga	16
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	17
2.1.4.3 Indikator Harga.....	18
2.1.5 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.5.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	20
2.1.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	26
2.3.3 Hubungan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Hipotesis dan Model Analisis.....	27
2.4.1 Hipotesis	27
2.4.2 Model Analisis.....	27
BAB 3	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3 Identifikasi Variabel	31
3.3.1 Variabel Independen (X)	31
3.3.2 Variabel Dependen (Y).....	31
3.4 Definisi Variabel Operasional	31
3.4.1 Definisi Variabel Independen Citra Merek (X1).....	31
3.4.2 Definisi Variabel Independen Harga (X2)	33

3.4.3 Definisi Variabel Dependen Keputusan Pembelian (Y).....	34
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5.1 Jenis Data.....	35
3.5.2 Sumber Data	36
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis	37
3.7.1 Uji Kualitas Data	36
3.7.1.1 Uji Rliabilitas	37
3.7.1.2 Uji Validitas	37
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2.1 Uji Normalitas	37
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	38
3.7.2.3 Uji Autokorelasi	39
3.7.2.4 Uji Heterokedastisitas.....	39
3.7.3Metode Analisis.....	40
3.7.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.7.4 Uji Hipotesis	40
BAB IV	44
Hasil penelitian dan pembahasan.....	44
4.1 Gambaran Umum Subjek	44
4.1.1 Visi Perusahaan Converse	46
4.1.2 Misi Perusahaan Converse.....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Responden berdasarkan Usia.....	47
4.2.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.3 Responden berdasarkan Program Studi.....	49
4.2.4 Analisa Deskriptif.....	49
4.2.4.1Tanggapan responden terhadap citra merek (x1)	50
4.2.4.2 Tanggapan responden terhadap harga (x2)	50

4.2.4.3 Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian (y)	51
4.3 Analisis Data.....	52
4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	52
4.3.1.1 Uji Reliabilitas.....	52
4.3.1.2 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2.1 Uji Normalitas	55
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas	56
4.3.2.3 Uji Autokorelasi	57
4.3.2.4 Uji Heterokedastisitas.....	58
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.3.3.1 Uji Koefisien Determinan (R ²)	61
4.3.3.2 Uji F	61
4.3.3.3 Uji T.....	62
4.3.3.4 Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.4 Pembahasan	63
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	63
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.....	64
BAB V	65
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66
5.3 Keterbatasan.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	47
Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin	48
Tabel 4.4 Responden berdasarkan program studi	49
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap variabel citra merek (X1)	50
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel harga (X2)	50
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian (Y)	51
Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil uji validitas	54
Tabel 4.10 Hasil uji normalitas menggunakan kolmogorov-smirnov.....	56
Tabel 4.11 Hasil uji multikolinieritas	57
Tabel 4.12 Hasil uji autokorelasi	58
Tabel 4.13 Hasil analisis regresi linier berganda	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2 Model Analisis	27
Gambar 3.1 Jumlah Mahasiswa FEB UWKS 2017	29
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas diagram pola sebaran data.....	55
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Olah Data IBM statistic 20.0

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian, dan pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS. Juga sebagai bahan masukan dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma surabaya yang pernah membeli atau mempunyai sepatu Converse All Star khususnya Mahasiswa/i FEB UWKS 2017 dengan jumlah mahasiswa 238. Metode analisis yang dipakai adalah metode analisis deskriptif dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan citra merek (X1) dan harga (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS. Dapat dilihat dari nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji parsial citra merek (x1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$). Dan uji parsial untuk harga (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai sig 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$).

Kata Kunci: pengaruh, citra merek, harga, terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions, and the influence of brand image and price on purchasing decisions of Converse All Star shoes for students of the Faculty of Economics and Business UWKS. Also as an input in increasing sales of the company's products. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma, Surabaya who had bought or owned Converse All Star shoes, especially FEB UWKS 2017 students with 238 students. The analytical method used is descriptive analysis method and uses multiple linear regression analysis method. with the sampling technique, namely purposive sampling. The results of this study show that simultaneously brand image (X1) and price (x2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) for students of the Faculty of Economics and Business UWKS. It can be seen from the research significance value smaller than 0.05, namely 0.000 ($0.000 < 0.05$). Based on the partial test, brand image (x1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (y) with a sig value of 0.000 less than 0.05, namely ($0.000 < 0.05$). And the partial test for price (x2) has a positive and significant effect on purchasing decisions (y) with a sig value of 0.003 less than 0.05 ($0.003 < 0.05$).

Keywords: *influence, brand image, price, on purchasing decisions.*