

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS DI WILAYAH
SURABAYA BARAT**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

JEFFREY YULIANTO S

NPM: 13420297

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

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JEFFREY YULIANTO S
NPM : 13420297
Alamat : KUPANG KRAJAN 1 NO 51 SURABAYA
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS DI WILAYAH SURABAYA BARAT”

Adalah benar-benar karya sendiri 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, 15 agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



(Jeffrey Yulianto S.)

NPM : 13420297

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
VANS DI WILAYAH SURABAYA BARAT**

Diajukan Oleh:

JEFFREY YULIANTO S

NPM : 13420297

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, Msi.

Tanggal, ¹⁹⁻⁹⁻²⁰¹⁸.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE, Msi

Tanggal, ¹⁹⁻⁹⁻²⁰¹⁸.....

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS DI WILAYAH
SURABAYA BARAT**

Diajukan Oleh:

JEFFREY YULIANTO S
NPM : 13420297

Susunan Dewan Penguji:

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing

Ketua Tim Penguji

Drs.Ec. Dwi Bhakti Iriantini, Msi

Prof. Dr. Dra. Ruswiati S, SE., MS.

Anggota Tim Penguji

Givana S., SE., MM.

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Tanggal..... 19-9-2018

Dr. Siti Djamilah, SE, Msi.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada tuhan yang maha esa, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

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. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Iman Karyadi, Ec, Ak, M.M., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Kepala Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Drs.Ec. Dwi Bakti Irianti. M.Si selaku dosen wali yang berperan sangat penting ata terlaksananya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan ,arahan dan pengetahuan sehingga skripsi dapat terlaksana dengan baik.
5. Papa dan mama saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat doa, kasih sayang dan dukungan materil mereka sehingga pengerjaan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik.

6. Buat teman-teman gaming dari divisi tim R.O.S dan Vainglory terima kasih sudah membantu memberikan motivasi, masukan dan saran dalam proses mengerjakan skripsi ini
7. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara satu – persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 16 juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI	xiii
ABSTRACTION.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II. TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1.Citra Merek.....	8
2.1.2. Keputusan Pembelian	15
2.1.3. Persepsi Kualitas Produk	21
2.2. Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1. Hubungan Persepsi Kualitas Produk Dengan Pengambilan Keputusan pembelian	26
2.2.2. Hubungan Citra Merek Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.3. Peneliti Sebelumnya.....	27
2.4.Hipotesis Dan Model Analisis	28
2.4.1.Hipotesis	28

2.4.2. Model Analisis	29
-----------------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.2.1. Populasi.....	30
3.2.2. Sampel	30
3.3. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1. Definisi Operasional	32
3.3.2. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.4.1 Jenis Data	34
3.4.2 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis	36
3.6.1. Uji Validitas	36
3.6.2. Uji Reliabilitas	36
3.7 Teknik Penganalisisan Data	37
3.7.1. Regresi Linear Berganda.....	37
3.8. Teknik Uji Hipotesis.....	37
3.8.1 Uji F	37
3.8.2 Uji T	39
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.8.4 Koefisien Adjusted R Square.....	41
3.8.5 Melakukan Uji Pengaruh Dominan	42

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum.....	43
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
4.1.2. Visi Dan Misi.....	44
4.1.3. Struktur Organisasi.....	45
4.2. Hasil Penelitian	46

4.3. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	49
4.3.1. Penilaian Atas Masing – Masing Variabel	49
4.3.2. Deskripsi Mengenai Variabel Citra Merek (X1).....	50
4.3.3. Deskripsi Mengenai Variabel Persepsi Kualitas Produk (X2).....	51
4.3.4. Deskripsi Mengenai Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian	51
4.4. Hasil Analisis Data	52
4.4.1. Hasil Validitas Pengujian.....	52
4.4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
4.4.3. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	55
4.4.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	57
4.4.4.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	57
4.4.4.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)	59
4.5. Pembahasan.....	62
 BAB V. SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran	64
5.3. Keterbatasan.....	65
 DAFTAR PUSTAKA	 66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2. Distribusi Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 4.3. Distribusi Responden Menurut Pendidikan terakhir.....	47
Tabel 4.4. Distribusi Responden Menurut Status	48
Tabel 4.5. Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	49
Tabel 4.6. Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	50
Tabel 4.7. Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra merek (X1).....	50
Tabel 4.8. Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi kualitas produk (X ₂).....	51
Tabel 4.9. Jawaban Responden Mengenai Variabel Pengambilan keputusan pembelian (Y)	51
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra merek (X1)	52
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi kualitas produk (X ₂)	53
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengambilan keputusan pembelian (Y).....	54
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	55
Tabel 4.14. Hasil Analisis Uji F.....	58
Tabel 4.15. Hasil Analisis Uji t.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Pembelian Lima Tahap	17
Gambar 2.2 Model Analisis	29
Gambar 3.1 Kurva Uji F	38
Gambar 3.2 Kurva Uji T	40
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji F.....	59
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t (X1)	61
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t (X2)	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi
- Lampiran 3 : In Put SPSS
- Lampiran 4 : Out Put SPSS
- Lampiran 5 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan persepsi kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu vans di wilayah surabaya barat. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*.

Alat uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian ini berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F, uji T dan uji koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Bedasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap data yang ada, pengaruh citra merek dan persepsi kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu vans di surabaya barat (Y). Dari uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,441 yang artinya 44,1% Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Vans di Wilayah Surabaya barat (Y) dipengaruhi oleh Citra merek dan Persepsi Kualitas Produk (X) Sedangkan sisanya sebesar 0,559 atau sebesar 55,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, Pengambilan Keputusan Pembelian*

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of brand image and product quality perceptions on decision making of the purchase of vans shoes in the area of west surabaya. Data analysis using multiple linear regression method. The sample of this research is 100 respondents. Sampling was done by Purposive Sampling method.

The test instrument used to test the instrument of this research in the form of validity and reliability test. Hypothesis test is done by using F test, T test and coefficient of determination test (R²). The analysis technique used multiple linear regression analysis.

Based on the results of research and discussion of existing data, the influence of brand image and product quality perception (X) have a significant effect on the decision of purchasing of vans shoes in western surabaya (Y). From the test coefficient of determination (R²) obtained results of 0.441 which means 44.1% Decision Making Purchase Shoes Vans in West Surabaya (Y) is influenced by Brand image and Product Quality Perception (X) While the rest of 0,559 or 55,9% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Image Impact, Product Quality Perception, Purchase Decision Making