



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU NIKE**

SKRIPSI

MUHAMAD FAJAR MAULID 2110111270

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
JAKARTA
2024**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU NIKE**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

MUHAMAD FAJAR MAULID 2110111270

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhamad Fajar Maulid

NIM : 2110111270

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Oktober 2024

Yang menyatakan,


(Muhamad Fajar Maulid)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama	: Muhamad Fajar Maulid
NIM	: 2110111270
Fakultas	: Ekonomi dan bisnis
Program Studi	: S1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian
Produk Sepatu Nike**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Muhamad Fajar Maulid)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
NIKE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhamad Fajar Maulid 2110111270

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 15 Mei 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



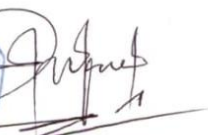
Dr. Alfatih S. Mangabarani, SE., M.Si.
Ketua Penguji



Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D.
Penguji I



Dra. Pusporini, MM.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Mei 2025

The Influence of Brand Image, Product Quality, and Lifestyle on The Purchasing Decisions of Nike Shoes

By Muhamad Fajar Maulid

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effects of brand image, product quality, and lifestyle on the purchasing decisions of university students in South Jakarta when buying Nike shoes. The research is motivated by the intensifying competition within the footwear market, alongside the increasing circulation of counterfeit products and evolving consumer preferences. Utilizing a quantitative research design with descriptive and inferential methods, data analysis is conducted through the SmartPLS application. Information was collected via questionnaires distributed to 96 respondents who had experience purchasing and wearing Nike shoes. The results demonstrate that brand image, product quality, and lifestyle all have a significant and positive influence on consumers' purchasing decisions. Understanding these key factors enables companies to craft more effective marketing strategies to enhance customer loyalty and stimulate purchasing behavior. Additionally, this research provides valuable insights to enrich academic literature in the areas of consumer behavior and marketing strategy.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, Purchase Decision, Nike Shoes

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike

Oleh Muhammad Fajar Maulid

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kalangan mahasiswa Jakarta Selatan. Penelitian ini didasari oleh semakin sengitnya persaingan dalam industri alas kaki, yang juga diperparah dengan maraknya peredaran produk tiruan serta perubahan preferensi dan tren konsumen yang terus berkembang. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis inferensial, di mana proses pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 mahasiswa yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan sepatu Nike. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, mutu produk, serta gaya hidup memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan loyalitas konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Selain itu, hasil studi ini turut memberikan sumbangsih terhadap pengembangan literatur akademik, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan strategi pemasaran.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Sepatu Nike



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Hari ini Kamis , tanggal 15 Mei 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Muhamad Fajar Maulid**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111270**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Nike

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Mangabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota I	2.
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Mei 2025

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian Produk Sepatu Nike”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Manajemen Program sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan proposal penelitian ini.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I. MM., Ketua Jurusan Manajemen, atas arahan dan dukungannya dalam penyusunan proposal penelitian ini.
3. Siti Hidayati, SE., MM., Kepala Program Studi Manajemen, atas bimbingan dan arahan selama proses penyusunan proposal penelitian berlangsung.
4. Dra. Pusporini, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan petunjuk, saran serta masukan yang sangat berharga selama penyusunan proposal penelitian ini.
5. Dr. Sri Mulyantini, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses akademik.
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan proposal penelitian ini.
7. Teman-Teman dan kerabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi hingga terbitlah proposal penelitian ini.

Meskipun penulis telah berupaya maksimal dalam menyusun proposal penelitian ini, penulis menyadari masih ada kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan kritik yang konstruktif dari para pembaca untuk menyempurnakan kekurangan yang ada. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini bermanfaat bagi para pembaca serta pihak-pihak terkait.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
KATA PENGANTAR	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	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.3 Citra Merek	13
2.4 Kualitas Produk	14
2.5 Gaya Hidup	15
2.5 Hasil Penelitian Sebelumnya	16
2.3 Model Penelitian	25

2.3.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	25
2.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	26
2.3.3 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional	28
3.1.2 Pengukuran Variabel	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data	31
3.3.3 Pengumpulan Data	32
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.4.1 Teknik Analisis	34
3.4.2 Uji Hipotesis	38
3.5 Kerangka Model Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.2 Deskripsi Data Penelitian	44
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	46
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	47
4.3.2 Analisis Data Inferensial	52
4.4 Pembahasan	62
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Keterbatasan Penelitian	69
5.3 Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	 71
RIWAYAT HIDUP	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Top Brand Index Sepatu 2020 - 2024.....	11
Gambar 2.	Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer.....	35
Gambar 3.	Langkah-langkah Partial Least Square (PLS).....	46
Gambar 4.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
Gambar 5.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
Gambar 6.	Diagram Jalur.....	52
Gambar 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	56
Gambar 10.	Calculated Outer Model.....	65
Gambar 11.	Calculated Inner Model.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Keputusan Pembelian.....	29
Tabel 2.	Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3.	Skala Pengukuran.....	41
Tabel 4.	Kisi-Kisi Pertanyaan dalam Kuesioner Penelitian.....	42
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	48
Tabel 6.	Interpretasi nilai.....	57
Tabel 7.	Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 8.	Nilai Indeks Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 9.	Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 10.	Nilai Indeks Variabel Gaya Hidup.....	63
Tabel 11.	Nilai Loading Factor.....	66
Tabel 12.	Nilai Average Variance Extracted	67
Tabel 13.	Nilai Cross Loading	68
Tabel 14.	Nilai Composite Reliability.....	70
Tabel 15.	Nilai Cronbachs Alpha.....	70
Tabel 16.	Nilai Variance Inflation Factor	71
Tabel 17.	Nilai R Square dan Adjusted R Square.....	74
Tabel 18.	Nilai Q Square.....	74
Tabel 19.	Hasil Uji Statistik.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Model Kuesioner Penelitian.....	59
---	----