



**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK  
NIKE**

**SKRIPSI**

**RYANNO JORDAN MARIE**

**1410111006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**



**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK  
NIKE**

**SKRIPSI**

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

**RYANNO JORDAN MARIE**

**1410111006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ryanno Jordan Marie

NIM. : 1410111006

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

Jakarta, 28 Juni 2018

Yang Menyatakan



Ryanno Jordan Marie

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ryanno Jordan Marie  
NIM. : 1410111006  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen S1  
Jenis Karya : Skripsi

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

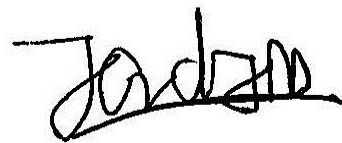
**Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media / 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 : 28 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Ryanno Jordan Marie

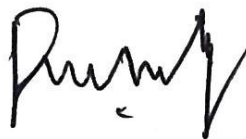
# SKRIPSI

## KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK NIKE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RYANNO JORDAN MARIE**  
1410111006


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal : 28 Juni 2018  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP  
Ketua Penguji



Dwi Siti Titianingsih S.E., M.M.  
Penguji I



Drs. Nobelson, M.M.  
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi Manajemen S1

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 28 Juni 2018



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.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Kamis , tanggal 28 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RYANNO JORDAN MARIE

No.Pokok Mahasiswa : 1410111006

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
**Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP	Ketua	1. ....
2	Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Juni 2018

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Widyudi, SE, MM



# **PURCHASE DECISION OF SHOES SPORT BRAND NIKE**

**By**

**Ryanno Jordan Marie**

## **Abstract**

*This research is a quantitative research that aims to reveal product and price variables to revenue as intervention variable. Population in this research is visitor of Istora Senayan Jakarta. Variables used in this study are the quality and the variable as the dependent variable. The sample in this research are 80 respondents, with non probability sampling method beside purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. In this research, four hypotheses will be used using PLS analysis tool (Partial Least Square). Based on the results of data processing with PLS (Partial Least Square) has the result that (1) The quality of positive and significant products to the purchase decision with a value of 0.652. (2) product quality that has significant effect on price. (3) Price has a direct positive effect but not significant to purchase decision with coefficient value 0,174. (4) Price is not significant to the purchase result by brand with coefficient value of 0,042.*

*Keywords : Product Quality, Price, Brand Image, Purchasing Decision*

# KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK NIKE

Oleh

**Ryanno Jordan Marie**

## Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Istora Senayan Jakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga sebagai variabel independen, kemudian citra merek sebagai variabel intervening dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang responden, dengan metode *nonprobability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini dikembangkan empat hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis PLS (*Partial Least Square*). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan PLS (*Partial Least Square*) memiliki hasil bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0,652. (2) Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,033. (3) Harga berpengaruh positif secara langsung tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,174. (4) Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,042.

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



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan dengan judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah **“Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike”**. Terimakasih peneliti ucapkan kepada bapak Dr Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Bapak Drs. Nobelson, MM. dan Dra. Pusporini, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberikan arahan serta saran yang bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian ini. Serta kepada dosen Pembimbing Akademik Ibu Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM yang telah memberi ilmunya dari awal perkuliahan hingga akhir kepada peneliti.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua tercinta yaitu Ricardo Johan Marie dan Nilam Sari Isa yang selalu memberikan kasih, cinta dan doa yang tulus, kepada keluarga peneliti (Kakak Ipar yaitu Ramadhan, Kaka Kandung yaitu Rivani dan Tante yaitu Desi, serta kepada Ibu Sri Munarsih selaku nenek kandung peneliti yang selalu memberi support tiada henti) serta kepada keluarga besar Richard Jack Marie (RJM) yang tidak henti-hentinya selalu memberikan motivasi, masukan dan dukungan kepada peneliti. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna dan peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat. Ucapan terimakasih kepada kekasih tercinta Amalia Adeline yang selalu membantu dan sabar mendengarkan keluh kesah dalam penulisan tugas akhir ini, ucapan terimakasih kepada Masboy (Nesa Oktaviani, Tursasih, Devia Arnanda, Eka Rina Ginting, Alan Nugraha, Kevin Novincentius, Moh Rio Fauzi dan Iqbal Agil) dan teman-teman perskripsian yang telah membantu, memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna dan penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Jakarta, 28 Juni 2018

Ryanno Jordan Marie

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1      Latar Belakang .....	1
I.2      Rumusan Masalah .....	3
I.3      Tujuan Penelitian.....	4
I.4      Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>6</b>
II. 1      Tinjauan Pustaka .....	6
II.1.1      Pemasaran.....	6
II.1.2      Keputusan Pembelian .....	6
II.1.2.1      Langkah – langkah Keputusan Kosumen.....	7
II.1.2.2      Faktor – faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian .....	8
II.1.3      Kualitas Produk .....	9
II.1.3.1      Definisi Kualitas Produk .....	9
II.1.3.2      Dimensi Kualitas Produk .....	9
II.1.3.3      Klasifikasi Produk .....	11
II.1.3.4      Tingkatan Produk .....	12
II.1.4      Harga .....	13
II.1.4.1      Definisi Harga .....	13
II.1.4.2      Tujuan Penetapan Harga .....	13
II.1.4.3      Kebijakan Strategi dalam Penetapan Harga .....	14
II.1.4.4      Indikator Harga .....	15
II.1.5      Citra Merek .....	16
II.1.5.1      Definsi Merek.....	16
II.1.5.2      Definisi Citra Merek.....	16
II.1.5.3      Manfaat Citra Merek .....	16
II.1.5.4      Elemen Citra Merek .....	18
II.1.5.5      Komponen Citra Merek.....	19
II.1.5.6      Cara Membangun Merek yang Kuat .....	19
II.2      Model Penelitian .....	20

II.3	Hipotesis.....	21
II.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	21
II.3.2	Pengaruh Kualitas Produk melalui Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	21
II.3.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	22
II.3.4	Pengaruh Harga melalui Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	23
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
III.1.1	Definisi Operasional.....	24
III.2.1	Populasi .....	25
III.2.2	Sample .....	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	26
III.3.1	Jenis Data .....	26
III.3.2	Sumber Data.....	27
III.3.3	Pengumpulan Data .....	27
III. 4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	28
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	28
III.4.1.1	Partial Least Square (PLS) .....	28
III.4.1.2	Cara Kerja PLS.....	28
III.4.1.3	Langkah-Langkah PLS.....	29
III.4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
III.4.1.5	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	31
III. 4.2	Uji Hipotesis.....	31
III.4.2.2	Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial) .....	31
III.4.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
III.5	Kerangka Model Penelitian .....	32
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	33
IV.1.1	Sejarah Nike, Inc .....	33
IV.1.2	Deskripsi Data .....	35
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden .....	35
IV.1.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	39
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	43
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
IV.1.3.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	43
IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	48
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan .....	49
IV.1.3.5	Uji Reliabilitas.....	49
IV.1.3.6	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	51
IV.1.3.7	<i>R Square</i> .....	51
IV.1.3.8	<i>Q Square</i> .....	52
IV.1.3.9	Uji t-Statistik .....	53
IV.1.3.10	Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	54
IV.2	Pembahasan .....	57
IV.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	57

IV.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Melalui Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
IV.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
IV.2.4	Pengaruh Harga Melalui Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
IV.3	Keterbatasan Penelitian .....	60
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
V.1	Simpulan.....	61
V.2	Saran.....	61
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1..	Top Brand Index Sepatu Olahraga Nike .....	2
Tabel 2.	Pengukuran Variabel .....	25
Tabel 3.	Skala Likert .....	27
Tabel 4.	Kisi-kisi Instrument .....	28
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Cronbach Alpha .....	30
Tabel 6.	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin .....	35
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	36
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Tempat Tinggal .....	36
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	37
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran .....	38
Tabel 11.	Karakteristik Responden membeli sepatu Nike dalam setahun .....	38
Tabel 12.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk (X1) .....	39
Tabel 13.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga (X2) .....	40
Tabel 14.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Citra Merek (Z) .....	41
Tabel 15.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keputusan pembelian (Y) ..	42
Tabel 16.	Outer Loading Factor .....	44
Tabel 17.	Hasil Outer Model 1 .....	45
Tabel 18.	Hasil Outer Model 2 .....	47
Tabel 19.	Outer Loading Factor .....	48
Tabel 20.	Average Variance Extracted (AVE) .....	49
Tabel 21.	Composite Reliability .....	49
Tabel 22.	Cronbach's Alpha .....	50
Tabel 23.	Nilai R Square dan R Square Adjusted .....	51
Tabel 24.	Hasil Uji t-Statistik .....	53
Tabel 25.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	54
Tabel 26.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur .....	55
Tabel 27.	Indirect Effects .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap .....	7
Gambar 2. Model Penelitian .....	20
Gambar 3. Langkah Analisis PLS .....	29
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian.....	32
Gambar 5. Gambar Outer Model .....	45
Gambar 6. Gambar Outer Model Setelah Re-estimasi.....	47
Gambar 7. Inner Model.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	Matriks Penelitian Terdahulu
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Data Kuesioner 80 Responden
Lampiran 5	Hasil Deskripsi Data Identitas Responden
Lampiran 6	Hasil Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 7	Hasil <i>Output Outer</i> Model PLS
Lampiran 8	Hasil <i>Output Inner</i> Model PLS
Lampiran 9	Hasil <i>Output</i> Model PLS
Lampiran 10	R Tabel dan Tabel
Lampiran 11	Surat Riset
Lampiran 12	Berita Acara Seminar Proposal