



**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS (Studi  
Kasus Wilayah Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**

**TEGUH PRASETYO**

**1610111230**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**



**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS (Studi  
Kasus Wilayah Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**

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

**Disusun Oleh :**

**TEGUH PRASETYO                      1610.111.230**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Teguh Prasetyo

NIM : 1610111230

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

Jakarta, 15 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Teguh Prasetyo)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Teguh Prasetyo  
NIM : 1610111230  
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 Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS**

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 : 15 Juli 2020

yatakan,  
(Teguh Prasetyo)

# SKRIPSI

## PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**TEGUH PRASETYO**

**1610.111.230**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 01 Juli 2020  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM  
Ketua Penguji



Dr. Faisal Marzuki, M.Pd  
Penguji I



Drs. Pandapotan Simarmata, M.M  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M  
Ketua Jurusan Manajemen



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 01 Juli 2020

## ***THE INFLUENCE OF DECISIONS TO PURCHASE VANS SHOES PRODUCTS***

***By***

**Teguh Prasetyo**

### ***Abstract***

This research aims to determine the effect of brand image, lifestyle, and product quality on purchasing decisions for shoes. Consumers used in this study are Vans shoe users. Samples were taken as many as 75 respondents, using probability sampling method with simple random sampling technique. Data collection is done through google form, and for data analysis using PLS (Partial Least Square) with smartPLS 3.0 software. The results showed (1) Brand Image does not have a significant influence on Purchasing Decisions with a path coefficient of 0.032. (2) Lifestyle has a significant influence on Purchasing Decisions with a path coefficient of 0.491. (3) Product quality has a significant influence on Purchasing Decisions with a coefficient value of 0.360. The highest contribution is to the influence of Lifestyle on Purchasing Decisions with a path coefficient of 0.491.

**Keywords** : Brand Image, Lifestyle, Product Quality, and Purchase Decision.

# PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS

Oleh

Teguh Prasetyo

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu vans. Konsumenn yang dijadikan dalam penelitian ini adalah pengguna sepatu Vans. Sample diambil sebanyak 75 responden, dengan metode *probability sampling* dengan Teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui google form, dan untuk analisis datanya menggunakan PLS ( *Partial Least Square* ) dengan software smartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan (1) Citra Merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,032 (2) Gaya Hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,491 (3) Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,360. Kontribusi tertinggi ada pada pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,491.

**Kata kunci :** Citra Merk, Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Rabu, tanggal 01 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Teguh Prasetyo

NIM : 1610111230

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	 1.
2	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota I	 2.
3	Drs. Pandapotan Simarmata, M,M	Anggota II **)	 3.

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana



Wahyudi.,S.E.,M.M.



## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans”. Terimakasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA, CSRS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Pandapotan Simarmata, MM selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Lina Aryani, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan saran bermanfaat dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak Yani Riswanto, dan Ibu Mulyani selaku kedua orang tua yang sangat saya cintai, yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan materil. Terimakasih saya sampaikan kepada Tiara Octavian Ariani sebagai orang yang saya sayangi, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan setia menemani dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang terdekat dan sahabat yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini Dikaprio Dewantoro, Luthfi Kurniawan, Javindri Yoseph Renaldi, Lydia Catherine, Indah Yuni, serta pihak lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat.

Jakarta, 05 April 2020

Teguh Prasetyo

## 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 PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	10
2.1.1.1 Teori Pemasaran .....	10
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.1.3 Unsur pokok konsep pemasaran .....	11
2.1.1.4 Konsep inti pemasaran.....	12
2.1.1.5 Bauran pemasaran .....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.1 Perilaku konsumen .....	14

2.1.2.2	Perilaku pembelian .....	15
2.1.2.3	Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2.1.2.4	Struktur keputusan pembelian .....	16
2.1.2.5	Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	18
2.1.2.6	Tipe keputusan pembelian .....	19
2.1.2.7	Macam – macam peran keputusan pembelian .....	19
2.1.2.8	Tahapan proses keputusan pembelian .....	20
2.1.3	Citra Merek.....	20
2.1.3.1	Pengertian Citra merek .....	20
2.1.3.2	Elemen – elemen citra merek .....	21
2.1.3.3	Dimensi citra merek.....	22
2.1.3.4	Peranan merek .....	22
2.1.4	Gaya Hidup.....	23
2.1.5	Kualitas Produk .....	24
2.1.5.1	produk.....	24
2.1.5.2	Kualitas produk .....	24
2.1.5.3	Dimensi kualitas produk.....	25
2.1.5.4	Tingkatan produk.....	27
2.1.5.5	Jenis – jenis kualitas .....	27
2.1.5.6	Perencanaan Produk .....	28
2.1.5.7	Tujuan perencanaan produk.....	29
2.2	Model Penelitian Empirik .....	30
2.2.1	Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian.....	30
2.2.2	Hubungan Antara Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.....	30
2.2.3	Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .....	30
2.3	Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variable .....	32
3.1.1	Definisi Operasional .....	32
3.1.2	Pengukuran Variable.....	33
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sample.....	34
3.2.1	Populasi.....	34

3.2.2	Sample .....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3.1	Jenis Data.....	35
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.3.3	Pengumpulan Data.....	35
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	37
3.4.1	Teknik Analisis .....	37
3.4.1.1	Analisis Deskriptif.....	37
3.4.1.2	Analisis Partial Least Square .....	39
3.4.2	Uji Hipotesis.....	44
3.4.2.1	Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial).....	44
3.4.3	Dasar Pengambilan Keputusan.....	44
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Sejarah Sepatu Vans .....	46
4.2	Deskripsi Data Objek.....	46
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	46
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	48
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	53
4.3.1	Uji Validitas dan Realibilitas .....	53
4.3.1.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	54
4.3.1.2	Uji Validitas Konvergen.....	55
4.3.1.3	Uji Validitas Diskriminan.....	57
4.3.1.4	Uji Realibilitas.....	58
4.3.1.5	Model Struktural (Inner Model) .....	59
4.3.1.6	R Square ( $R^2$ ).....	59
4.3.1.7	Q Square .....	60
4.3.2	Uji Hipotesis .....	61
4.3.2.1	Uji t-Statistik .....	61
4.4	Pembahasan .....	63
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
4.4.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	64

4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
<b>BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....</b>		<b>67</b>
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	69
5.3	Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Table 1. Top Brand Indeks % Brand Sepatu di Indonesia Tahun 2016.....	3
Table 2. Merek Sepatu Terbaik Dunia Tahun 2017 .....	4
Table 3. 12 Merek Terfavorit Tahun 2018 .....	4
Table 4. Pengukuran Variable .....	34
Table 5. Skala Likert.....	37
Table 6. Kisi - Kisi Instrument .....	37
Table 7. Peringkat Jawabn Kuesioner .....	39
Table 8. Interpretasi Nilai Persentase Responden .....	40
Table 9. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	44
Table 10. Interprestasi Nilai Indeks Responden .....	51
Table 11. Variable Citra Merek.....	52
Table 12. Variable Gaya Hidup.....	53
Table 13. Variable Kualitas Produk .....	54
Table 14. Variable Keputusan Pembelian .....	55
Table 15. Uji Validitas Konvergen.....	58
Table 16. Uji Validitas Diskriman.....	60
Table 17. AVE.....	60
Table 18. Uji Realibilitas.....	61
Table 19. Chronbach's Alpha .....	62
Table 20. R Square .....	63
Table 21. Uji T Statistik .....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka Model Pemikiran .....	31
Gambar 2. Langkah Analisis PLS .....	41
Gambar 3. Model Diagram Jalur .....	42
Gambar 4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	49
Gambar 5. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	50
Gambar 6. Diagram Outer Model.....	57
Gambar 7. Diagram Outer Inner Model .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Outer Inner PLS
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Hasil Turnitin