

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SEPATU *CONVERSE* DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

MULYA HAIKAL KURNIAWAN

203402516125



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2023

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SEPATU *CONVERSE* DI JAKARTA SELATAN**

Tugas akhir ini sebagai ajuan untuk salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa :

MULYA HAIKAL KURNIAWAN

203402516125



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU *CONVERSE* DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan- kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 5 Februari 2024



Mulya Haikal Kurniawan

NPM: 203402516125

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU *CONVERSE* DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Mulya Haikal Kurniawan**

Nomor Pokok : **203402516125**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, SE., M.Si.M.)

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen,


Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta : 29 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, CITRA MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU CONVERSE DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : MULYA HAIKAL KURNIAWAN

Nomor Pokok : 203402516125

Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Ketua/Penguji Anggota/Penguji


(Dr. Ir. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)


(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


(Prof. Dr. Dadiwiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D.)



Jakarta : 29 Februari 2024 Tanggal Lulus : 29 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU *CONVERSE* DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Mulya Haikal Kurniawan

Npm : 203402516125

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Media Sosial *Instagram*, Variabel Citra Merek dan Variabel Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian Sepatu *Converse* di Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Data Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden pengguna Sepatu *Converse* dengan teknik purposive sampling. Metode analisis informasi dengan memakai analisis deskriptif dengan regresi linier berganda serta memakai dorongan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) tipe 26.

Hasil analisis regresi linear berganda membuktikan kalau variabel Media Sosial *Instagram* mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek mempengaruhi positif serta tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, serta Kualitas Produk mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil riset ini diharapkan bisa tingkatkan atensi pengguna Sepatu *Converse* khususnya industri *Converse* menimpa Media Sosial *Instagram*, Citra Merek, serta Mutu Produk yang bisa tingkatkan penjualan.

Kata Kunci: Media Sosial *Instagram*, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

By :

Mulya Haikal Kurniawan

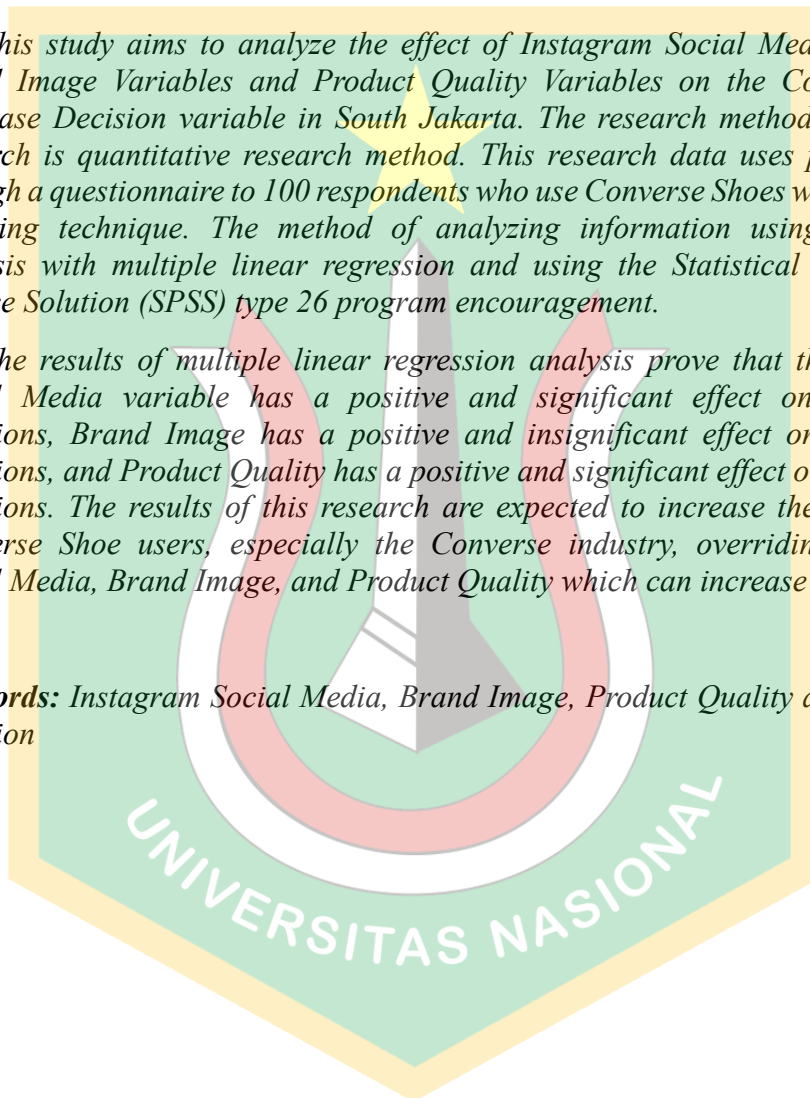
NPM : 203402516125

Thesis, under the guidance Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

This study aims to analyze the effect of Instagram Social Media variables, Brand Image Variables and Product Quality Variables on the Converse Shoe Purchase Decision variable in South Jakarta. The research method used in this research is quantitative research method. This research data uses primary data through a questionnaire to 100 respondents who use Converse Shoes with purposive sampling technique. The method of analyzing information using descriptive analysis with multiple linear regression and using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) type 26 program encouragement.

The results of multiple linear regression analysis prove that the Instagram Social Media variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Brand Image has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions, and Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The results of this research are expected to increase the attention of Converse Shoe users, especially the Converse industry, overriding Instagram Social Media, Brand Image, and Product Quality which can increase sales.

Keywords: *Instagram Social Media, Brand Image, Product Quality and Purchase Decision*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Mulya Haikal Kurniawan
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 05 Februari 2002
3. Jenis Kelamin : Laki - Laki
4. Alamat : Jl. Menteng Atas Selatan III No. 20 RT. 013/ RW. 005 Kel. Menteng Atas Kec. Setiabudi, Jakarta Selatan
5. No Handphone : 087774035604
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : mulyahaikal.951@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN Menteng Atas 12 Pagi
2. 2014 – 2017 : SMPN 58 Jakarta
3. 2017 – 2020 : SMK Budi Asih

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebear-benarnya dan dengan penuh tanggung jawab. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, 5 Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Mulya Haikal Kurniawan

203402516125

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji serta syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang sudah melimpahkan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis bisa menuntaskan penataan tugas akhir ini yang bertajuk "Pengaruh Media Sosial Instagram, Citra Merek, serta Mutu Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse Di Jakarta Selatan" dengan baik. Tujuan penataan tugas akhir ini merupakan buat memenuhi salah satu ketentuan buat menggapai serta mendapatkan gelar Sarjana Manajemen(S. Meter.) pada program riset Manajemen, Fakultas Ekonomi serta Bisnis Universitas Nasional.

Ada pula iktikad serta tujuan penyusunan makalah ini merupakan selaku prasyarat buat mendapatkan gelar Sarjana(S1) pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi. Universitas Nasional Jakarta. Penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan, tutorial, arahan, serta sokongan yang diterima dari bermacam pihak dalam penataan makalah ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
7. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
8. Teruntuk kedua orang tua saya, abang dan adik saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
9. Kepada teman-teman seperjuangan saya Muhammad Zahwaludin Syach, Andika Setiawan, Harlan Riskiawan, Athallah Ferolenz yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penataan tugas akhir ini kalau masih banyak kekurangan baik dari segi isi ataupun strukturnya. Tidak hanya itu, anjuran serta kritik sangat berarti untuk penulis. Aku berharap tugas akhir ini berguna tidak cuma untuk penulis namun pula untuk pembaca. Terimakasih,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta,
Penulis,



Mulya Haikal Kurniawan

NPM : 203402516125

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Teori yang Terkait dengan Penelitian	8
1. Pemasaran.....	8
2. Manajemen Pemasaran.....	8
3. Media Sosial	9
4. Citra Merek.....	11
5) Kualitas Produk	13
6) Keputusan Pembelian	15
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	17
1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	17
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	18
C. Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Penelitian Sebagai Bahan Rujukan....	20
D. Kerangka Analisis.....	26
E. Hipotesis.....	27
BAB III.....	28

METODE PENELITIAN	28
A. Objek dan Subjek Penelitian	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber dan Jenis data	28
2. Populasi dan Sampel	29
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Definisi Operasional Variabel	31
1. Definisi Operasional	31
2. Definisi dan Macam-macam Variabel Penelitian	34
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	34
1. Metode Analisis	34
a. Metode Analisis Deskriptif	34
b. Metode Inferensial	35
2. Uji Instrumen Penelitian	36
3. Uji Asumsi Klasik	37
4. Uji Kelayakan Model	38
5. Uji Hipotesis (Uji t)	39
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Deskripsi Data Penelitian	40
2. Profil Perusahaan	40
3. Gambaram Umum Responden	41
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	45
B. Pembahasan	61
1. Pengaruh Media Sosial Instagram (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Converse	61
2. Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Converse	62
3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Converse	62
BAB V	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	26
Gambar 4. 1 Logo Sepatu <i>Convese</i>	41
Gambar 4. 2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4. 4 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
Gambar 4. 5 P- Plot Uji Normalitas	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Brand Sepatu pada Tahun 2020-2022	5
Tabel 2. 1	Daftar Rujukan yang Sesuai dengan Penelitian	20
Tabel 3. 1	Instrumen skala Likert.....	31
Tabel 3. 2	Definisi Operasional	32
Tabel 4. 1	Deskriptif Variabel Media Sosial Instagram (X1)	46
Tabel 4. 2	Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....	47
Tabel 4. 3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	48
Tabel 4. 4	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	52
Tabel 4. 8	Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4. 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4. 11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 12	Hasil Uji F.....	58
Tabel 4. 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	59
Tabel 4. 14	Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 LEMBAR KUISIONER	68
LAMPIRAN 2 DATA TABULASI PENELITIAN.....	75
LAMPIRAN 3 OUTPUT DATA SPSS.....	86
UJI PLAGIARISME.....	96
HASIL LAPORAN BIMBINGAN.....	97

