

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA
NIKE DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MARCH LIFE BACAS

223402516247



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA
NIKE DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



Oleh:

MARCH LIFE BACAS

223402516247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA

NIKE DI JAKARTA SELATAN

Merupakan hasil pemikiran, ide, dan gagasan penulis, kecuali pada bagian kutipan yang telah diberi sumber. Tugas ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar di program serupa dengan perguruan tinggi lain. Segala kesalahan dan kekeliruan yang mungkin terdapat dalam tugas akhir ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Februari 2026



MARCH LIFE BACAS

NPM: 223402516247

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA
NIKE DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : March Life Bacas

Nomor Pokok : 223402516247

Program Studi : Manajemen

Bidang Studi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

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

Ketua Penguji

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

Anggota Penguji

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 06 Maret 2026

Tanggal Lulus: Jakarta, 04 Maret 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA
NIKE DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : March Life Bacas

Nomor Pokok : 223402516247

Program Studi : Manajemen

Bidang Studi : Pemasaran



ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU OLAHRAGA NIKE DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

March Life Bacas

NPM: 223402516247

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana konsumen di Jakarta Selatan membuat penilaian tentang pembelian sepatu olahraga Nike berdasarkan persepsi mereka terhadap merek, kualitas sepatu, dan harga. Dengan mendistribusikan kuesioner kepada pembeli sepatu olahraga Nike di Jakarta Selatan, penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data. Seratus orang berpartisipasi dalam survei, dipilih secara acak menggunakan metode purposive sampling. Menggunakan metode analisis regresi linier berganda dalam SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 27 untuk memeriksa data yang dikumpulkan. Untuk memastikan model penelitian layak, validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik dijalankan pada data sebelum hipotesis diuji. Persepsi citra merek, kualitas produk, dan harga semuanya berperan dalam keputusan pembelian akhir konsumen, menurut penelitian ini. Faktor terpenting yang memengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, hal ini mengindikasikan bahwa cara konsumen memandang, mempercayai, dan mengasosiasikan suatu merek secara langsung memengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian.

Kata kunci: Citra merek, Kualitas produk, Persepsi harga, Keputusan pembelian, Konsumen sepatu olahraga.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS OF NIKE SPORTS SHOES CONSUMERS IN SOUTH JAKARTA

By:

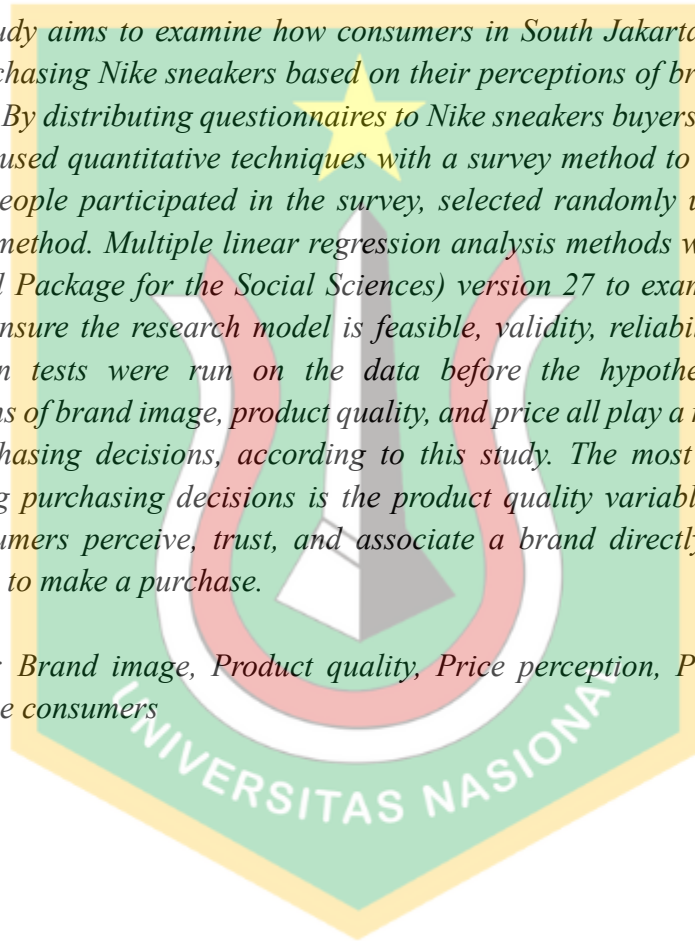
March Life Bacas

NPM: 223402516247

Final Project, under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

This study aims to examine how consumers in South Jakarta make judgments about purchasing Nike sneakers based on their perceptions of brand, shoe quality, and price. By distributing questionnaires to Nike sneakers buyers in South Jakarta, this study used quantitative techniques with a survey method to collect data. One hundred people participated in the survey, selected randomly using a purposive sampling method. Multiple linear regression analysis methods were used in SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 27 to examine the collected data. To ensure the research model is feasible, validity, reliability, and classical assumption tests were run on the data before the hypotheses were tested. Perceptions of brand image, product quality, and price all play a role in consumers' final purchasing decisions, according to this study. The most important factor influencing purchasing decisions is the product quality variable, indicating that how consumers perceive, trust, and associate a brand directly influences their propensity to make a purchase.

Keywords: *Brand image, Product quality, Price perception, Purchase decision, Sports shoe consumers*



KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat merampungkan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga Nike di Jakarta Selatan” dengan baik. Hal yang dituju dalam penyusunan tugas akhir ini yaitu guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai studi program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis menyadari betul bahwa tidak akan bisa merampungkan skripsi ini dengan baik tanpa bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., 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, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penullis sehingga ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mmemberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.

8. Segala puji Syukur bagi Tuhan Yesus Kristus, dengan kasih dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan, petunjuk, dan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sehingga saya dapat melalui perjalanan yang panjang ini dengan lancar.
9. Kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, Papa dan Mama. Dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, saya persembahkan skripsi ini sebagai wujud rasa terimakasih atas doa, dukungan, dan pengorbanan yang tidak ternilai yang telah papa dan mama berikan selama ini. Skripsi ini dapat menjadi salah satu bukti kecil dari perjalanan pendidikan saya yang papa dan mama dukung dengan penuh kasih sayang, atas segala yang telah diberikan, kiranya Tuhan Yesus Kristus memberkati, mengasihi, dan melindungi papa di surga dan mama yang masih senantiasa menemani dan mendukung setiap langkah yang saya ambil, serta selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan aminnnnn.
10. Kepada abang saya, saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, perhatian, serta motivasi yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, nasihat, dan semangat yang tidak pernah berhenti diberikan kepada saya, baik dalam keadaan sulit maupun saat menghadapi berbagai tantangan dalam penyelesaian penelitian ini. Dukungan moral dan kepercayaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk tetap berusaha dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda.
11. Kepada Keluarga Besar Lavau, terimakasih atas doa dan dukungannya, mudah-mudahan skripsi ini dapat menjadi kebanggan bagi keluarga.
12. Dalam proses penyusunan karya ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus dan penuh makna kepada sahabat penulis dan juga teman satu dosen pembimbing, Muhammad Farhan Madani. Terima kasih atas kebersamaan selama di bangku kuliah, mulai dari begadang mengerjakan tugas, diskusi yang kadang serius kadang penuh canda, hingga saling menguatkan di saat lelah dan hampir menyerah. Kehadiranmu bukan hanya

sebagai teman belajar, tetapi juga sebagai sahabat yang selalu ada dalam setiap proses.

13. Kepada teman-teman seperjuangan saya yang lain an, teguh, bule, darius, labib, yosa, dika. Tidak terasa sudah 4 tahun kita selalu bersama-sama, terimakasih karena sudah mau berjuang bersama dari awal kuliah sampai dengan akhir saat ini, terlalu banyak kenangan dalam perjalanan yang telah kita lalui selama disini, saya percaya kita semua akan sukses dan semoga kelak kita akan bertemu dengan kesuksesan yang telah kita capai.
14. Kepada sahabat saya kevin yang sudah bersama-sama dengan saya selama 10 tahun terakhir ini. Terimakasih karena selalu mendukung saya dan selalu ada disaat saya sedang sedih, senang, susah selama penulisan skripsi ini. Tidak terasa kita berdua sudah sampai di titik ini, titik dimana kita berdua akan memikul beban dipundak layaknya pria sejati dan meskipun kelak keadaan harus memisahkan kita, demi karir yang sukses kita pasti akan bertemu kembali dengan luxury car yang kita bawa, istri yang cantik, dan anak yang menggemaskan. Tuhan Yesus menyertai perjalanan kita berdua amin.
15. Teruntuk istriku di masa depan. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Meskipun belum saling bertemu, entah dirimu berada di belahan bumi mana, aku percaya bahwa setiap langkah yang dijalani hari ini adalah bagian dari persiapan untuk saling menemukan dalam keadaan terbaik. Aku yakin bahwa segala sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan datang kepada kita entah bagaimanapun caranya, dan aku selalu mendoakanmu selalu.
16. Seluruh kru Mugiwara dan para tokoh dalam serial animasi One Piece, terutama Echiho Oda yang telah melakukan sebuah mahakarya tak ternilai ini. One Piece bukan sekedar tontonan, tetapi telah menjadi sahabat setia penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Lucunya, pelajaran hidup justru datang dari sosok bajak laut yang digambarkan sebagai karakter yang jahat dan licik. Sosok tokoh utama, Monkey D. Luffy, karakter yang digambarkan penuh kebebasan, bodoh, dan ceroboh, mampu menyadarkan penulis bahwa orang bodoh sekalipun juga berhak punya mimpi. Sebodoh apapun Luffy, ia tetap percaya pada mimpinya dan terus menjalaninya dengan penuh rasa gembira,

meskipun seringkali orang lain menertawakan kebodohan akan mimpinya. Sebab, dalam perjalanannya, Luffy pernah berkata “*Selama aku masih hidup, kesempatan itu tidak terbatas*”. Sebuah bentuk ekspresi kebebasan Luffy, bebas bermimpi. Akhirnya penulis sepakat pada kesimpulan akhir, “*Jangan mati sebelum One Piece tamat*”

17. Dan terakhir teruntuk diri saya sendiri, Marchlife Baca yang selalu mengusahakan semua hal agar terlihat baik-baik saja. Terimakasih sudah menjadi pribadi yang kuat dalam segala hal dan bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih untuk tetap berusaha dan tidak menyerah walau sering merasakan ingin putus asa. Terimakasih untuk diriku sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetap rendah hati! karena ini baru awal dari semuanya. Selamat berpetualang dilevel kehidupan selanjutnya, tugasmu belum selesai, perjalanan masih panjang, tetaplah menjadi pria yang kuat, gentle, siap menghadapi rintangan apapun di masa yang akan datang dan selalu bersyukur apapun keadaannya. Meskipun penulis mengakui bahwa persiapan tugas akhir ini masih menjauhi kata sempurna, namun penulis bersyukur jika pembaca yang menemukan kesalahan dalam bacaannya dan memberikan kritik dan saran yang berguna untuk memperluas batas penulisan sebagai proses belajar mandiri. Mudah-mudahan bagi yang membaca mendapat informasi yang bermanfaat.

Sekian dan terimakasih, salam hangat.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRAC

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Manajemen Pemasaran.....	5
1. Pengertian Pemasaran.....	5
2. Keputusan Pembelian	8
3. Citra Merek.....	9
4. Kualitas Produk.....	11
5. Persepsi Harga	13
B. Keterkaitan Antar Variabel	16
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	16
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	17
C. Hasil Penelitian Terdahulu sebagai Rujukan Penelitian.....	17
D. Kerangka Analisis.....	21
E. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Objek Penelitian	24
B. Data Penelitian.....	24
1. Sumber dan Jenis Data	24
2. Populasi dan Sampel	24
3. Teknik Pengumpulan Data	26
C. Definisi Operasional Variabel.....	26
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	28
1. Metode Analisis	28
2. Metode Analisis Deskriptif.....	28
3. Metode Analisis Inferensial.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian.....	33
1. Deskripsi Data Penelitian	33
2. Deskripsi Responden.....	33
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	36
B. Pembahasan	48
1. Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	48
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	48
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	41
DAFTAR LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Sepatu Olahraga 2022-2024	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Pembobotan Skala Likert	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	36
Tabel 4.4 Avarage Total Mean Citra Merek (X1).....	36
Tabel 4.5 Average Total Mean Kualitas Produk (X2)	37
Tabel 4.6 Average Total Mean Persepsi Harga (X3)	38
Tabel 4.7 Average Total Mean Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	43
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.17 Hasil Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	22
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	34
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	41
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	41
Lampiran 3. Hasil Tabulasi Data.....	41
Lampiran 4. Output SPSS	41
Lampiran 5. Konsultasi Bimbingan	42
Lampiran 6. R Tabel.....	42
Lampiran 7. Tabel Durbin Watson (DW).....	42
Lampiran 8. F Tabel	42

