

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS  
SNEAKERS DI KALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA  
TIM PERSIJA DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh:**

**MUHAMMAD SYAFIQ**

**223402516258**



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

**2026**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS  
SNEAKERS DI KALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA  
TIM PERSIJA DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh :

**MUHAMMAD SYAFIQ**

**223402516258**



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

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS SNEAKERS DI  
KALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA TIM PERSIJA 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 atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 12 Februari 2026

  
METERAI  
TERTIPUL

Muhammad Syafiq

NPM : 223402516258



**LEMBAR PERSETUJUAN**


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS SNEAKERS DIKALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA TIM PERSIJA DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Syafiq**  
Nomor Pokok : **223402516258**  
Program Studi : **Manajemen**

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir**

  
**Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.**

Jakarta, 12 Februari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS SNEAKERS DIKALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA TIM PERSIJA DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Syafiq**

Nomor Pokok : **223402516258**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan disahkan oleh panitia ujian tugas akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

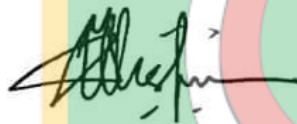
Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir



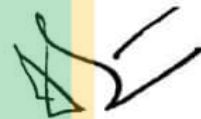
Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Ketua Penguji,



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

Anggota Penguji,



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

Menyetujui,

Dekan,



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

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS SNEAKERS DI KALANGAN SUPORTER SEPAK BOLA TIM PERSIJA DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Muhammad Syafiq

NPM: 223402516258

Tugas akhir ini dibimbing oleh Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image* dan persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas *sneakers* dikalangan suporter Persija di Jakarta Selatan. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei, dimana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan suporter Persija di Jakarta Selatan yang menggunakan dan pernah membeli sepatu Adidas sneakers. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kualitas produk, brand image, dan persepsi harga memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang di tawarkan, semakin kuat citra merek yang dibangun dan semakin tepat strategi penetapan harga yang diterapkan, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian sepatu Adidas Sneakers.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Persepsi Harga, Adidas Sneakers

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTION ON ADIDAS SNEAKERS PURCHASE DECISIONS AMONG PERSIJA FOOTBALL SUPPORTERS IN SOUH JAKARTA***

By:

Muhammad Syafiq

NPM: 223402516258

*Thesis, under the guidance Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.*

*This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and price perception on the Purchase Decision of Adidas sneakers among Persija supporters in South Jakarta. The approach used in this study is quantitative with a survey method, where data is obtained through distributing questionnaires to 100 respondents who are Persija supporters in South Jakarta who use and have purchased Adidas sneakers. Data analysis was carried out using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using SmartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that the third independent variable, namely product quality, brand image, and price perception have a positive and significant influence on Purchase Decisions. This study confirms that the higher the quality of the product offered, the stronger the brand image built and the more appropriate the pricing strategy applied, the greater the tendency of consumers to purchase Adidas Shoes.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Price Perception, Adidas Sneakers.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat, anugerah, dan karunia-Nya yang melimpah tanpa batas. Dengan petunjuk serta pertolongan-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS SNEAKERS DIKALANGAN SUPORTER TIM SEPAK BOLA PERSIJA DI JAKARTA SELATAN" dengan baik. Tujuan Penyusunan tugas akhir ini adalah untuk mencapai program Sarjana (S1) Prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Bidang Konsentrasi Keuangan.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentu nya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun, dengan berkat dukungan dan kerjasama, dorongan semangat dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih 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 dan pembimbing skripsi saya yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis dimana akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan.
- 4) Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
- 5) Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku sekretaris program studi Manajemen FEB UNAS.
- 6) Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan

dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

- 7) Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
- 8) Skripsi ini dipersembahkan untuk almarhum ayah tercinta. Meskipun beliau tidak lagi hadir secara fisik untuk menyaksikan kelulusan, penulis meyakini bahwa doa dan kasih sayangnya senantiasa menyertai setiap langkah perjalanan akademik yang saya tempuh selama ini.
- 9) Untuk kedua orangtua penulis Bapak (Sulaiman) dan Ibu (Nur Asiah), terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang dipanjatkan, usaha, kesabaran, waktu, serta kasih sayang yang amat berlimpah kepada saya. Moral dan Materi yang engkau berikan menjadi modal untuk berjuang hingga akhir hayat nanti agar menjadi kebanggaan keluarga.
- 10) Untuk kakak dan adik penulis (Miftahul Ihsan, Ahmad Syawaldi Affwan dan muhammad verdad), terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang dipanjatkan dan dukungan untuk penulis.
- 11) Untuk Sarah Ismatul Khalidah, Muchammad Ilham Nur Rofiq, Willy Putra Bahari, Achmad Fachrizal Ardiansyah, Krisma, Rio Effendi, Regi Rindy, Rifqi Amru, Ahmad Fairuz, Galih Raka Siwi, Raihan Desma, Farhanudin serta rekan-rekan penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan. Terima kasih atas waktu, momen, suka, duka yang telah dilalui bersama selama perkuliahan berlangsung. Semoga tali silaturahmi ini tidak mudah putus.
- 12) Kepada seluruh anggota Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEM) Periode 2024/2025, dan terutama Periode 2025/2026 yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat. Terima kasih telah menemani kehidupan perkuliahan selama ini dan menjadi tempat bertumbuh disegala kondisi.
- 13) Kepada club sepak bola kebanggaan saya fc barcelona yang telah menemani dan memberikan mood yang baik dalam penulisan skripsi ini, semoga fc barcelona jaya selalu. Visca barca visca catalunya!

- 14) Kepada club sepak bola kebanggan saya Persija Jakarta yang telah memberikan inspirasi, semangat dan mood yang baik dalam penulisan skripsi ini, Semoga Persija Jaya selalu. Gue Persija gue *champions!*
- 15) Semua pihak lain yang turut membantu dan mendukung selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini saran dan kritik yang sifatnya membangun amat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan bisa memberikan sumbangan yang berarti kepada pihak yang membutuhkan. Terimakasih atas segala doa dan bantuan yang telah diberikan. Wassalamualaikum Wr. Wb.



Jakarta, 12 Februari 2026

Penulis

Muhammad Syafiq

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	V
Daftar Tabel .....	VII
Daftar Gambar .....	VIII
Daftar Lampiran .....	IX
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. PERUMUSAN MASALAH .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Manajemen Pemasaran .....	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
B. Bauran Pemasaran .....	8
C. Kualitas Produk .....	10
1. Pengertian Kualitas Produk .....	10
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk .....	10
3. manfaat kualitas produk .....	11
4. indikator kualitas produk .....	12
D. <i>Brand Image</i> .....	12
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	12
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	12
3. Manfaat <i>Brand Image</i> .....	13
4. Indikator <i>Brand Image</i> .....	14
E. Persepsi Harga .....	14
1. Pengertian Persepsi Harga .....	14
2. faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi harga .....	15
3. manfaat persepsi harga .....	15
4. Indikator Persepsi Harga .....	16
F. Keputusan Pembelian .....	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2. faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	17
3. Aspek-Aspek Keputusan Pembelian .....	18
4. Indikator keputusan pembelian .....	18
G. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	19
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
2. Pengaruh <i>brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	20
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	20
H. Kerangka Analisis .....	25

I. Hipotesis.....	26
BAB III .....	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek Penelitian.....	27
B. Data Penelitian .....	27
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	27
2. Populasi dan Sampel .....	28
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	29
C. Definisi Operasional Variabel.....	30
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesi .....	31
1. Metode analisis.....	31
2. Analisis Deskriptif.....	31
3. Analisis <i>Outer model</i> .....	32
4. Analisa Inner Model.....	33
5. Uji Hipotesis.....	34
BAB IV .....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A. HASIL PENELITIAN.....	35
1. Deskripsi Penelitian.....	35
2. Data Deskriptif Penelitian .....	37
3. Analisis Uji Outer Model .....	40
4. Analisis Inner Model.....	43
5. Uji Hipotesis.....	45
B. PEMBAHASAN .....	46
1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	46
2. Pengaruh Brand Image (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	47
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	47
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
A. KESIMPULAN .....	49
B. SARAN .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
LAMPIRAN.....	52

### Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Pada Suporter Persija Di Jakarta Selatan .....	1
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	21
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	29
Tabel 3. 2 Devinisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 4. 1 Tabel Skor Mean Kualitas Produk (X1) .....	37
Tabel 4. 2 Tabel Skor Mean Variabel Brand Image (X2).....	38
Tabel 4. 3 Tabel Skor Mean Variabel Persepsi Harga (X3) .....	39
Tabel 4. 4 Tabel Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39
Tabel 4. 5 Outerloadings .....	41
Tabel 4. 6 Hasil Discriminant Validity dengan cross loading .....	41
Tabel 4. 7 Validitas dan Realibilitas .....	42
Tabel 4. 8 Koefisien Dampak Antar Variabel.....	43
Tabel 4. 9 R-Square.....	44
Tabel 4. 10 F-Square (Uji Effect Size).....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	45



## Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis .....	25
Gambar 4. 1 Diagram Usia Responden .....	35
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin Responden .....	36
Gambar 4. 3 Diagram Pekerjaan Responden .....	36
Gambar 4. 4 Pola Jalur Pengolahan Data.....	40



## Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	55
Lampiran 3 : Hasil Output Penelitian (SmartPLS) .....	59
Lampiran 4 : Laporan Bimbingan.....	62
Lampiran 5: Hasil Turnitin .....	63

