

ABSTRAK

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran tiap individu untuk berolahraga setiap hari. Hal ini ditandai pula dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti *gym*, lapangan futsal, lapangan sepakbola, lapangan basket, *jogging track*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike”. Jenis penelitian ini adalah *causal explanatory* dengan populasinya adalah mahasiswa/i di kota Bandung, dan sampelnya adalah mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang menggunakan sepatu olahraga merek Nike dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

Data-data tersebut didapat dan diolah menggunakan SPSS 17 yaitu uji normalitas, uji outliers, uji validitas, uji reliabilitas, uji heterokedastisitas, dan uji regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh secara positif sebesar 14,2% dan variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif sebesar 13,9% terhadap Keputusan Pembelian sepatu olahraga merek Nike.

Hal ini menandakan bahwa pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk berada pada tingkat yang rendah. Ada banyak hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas produknya dan menambah media promosi untuk mengiklankan produknya agar merek Nike dapat menjadi merek yang paling diingat oleh konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The importance of understanding consumer behavior has been of concern to various industry one of the sports industry. This is due to the increasing awareness of each individual to exercise every day. It is marked with the development of sports centers such as gym, indoor soccer field, soccer field, basketball court, jogging track. This study aims to determine “The Influence of Brand Image and Product Quality to Purchasing Decisions on Nike Brand Sports Shoes”.

The research is a causal explanatory with the population are students in the city, and the sample is a student Maranatha Christian University Faculty of Economics Department of Management who uses Nike brand sports shoes with a total sample of 150 respondents.

These data were obtained and processed using SPSS 17 is normality test, outliers, validity, reliability, test heterokedastisitas, and simple linear regression.

Based on the research results, it can be concluded that the variables positively influence brand image by 14.2% and the variable quality of products affected positively by 13.9% of the Purchase Decision Nike brand sports shoes.

This indicates that the influence of brand image and product quality are at a low level. There are many things that influence the purchasing decision, the company should be able to improve the quality of its products and add a media campaign to advertise the products that can be branded Nike brand most remembered by consumers.

Keywords: Brand Image, Quality Product, Purchase Decision

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN

TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN

PENELITIAN

KATA PENGANTAR..... i

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Manfaat Penelitian..... 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA TEORITIS, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Produk.....	11
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.4 Pengertian Merek.....	14
2.1.5 Pengertian Citra Merek.....	16
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2 Rerangka Teoritis	18
2.3 Rerangka Pemikiran	19
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Pengembangan Hipotesis	22
2.5.1 Hubungan Citra Merek dan Keputusan Pembelian.....	22
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Model Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Variabel dan Operasionalisasi Variabel	26

3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel	28
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Analisis Kuantitatif	30
3.7.2 Uji Instrumen.....	31
3.7.2.1 Uji Validitas.....	31
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.7.3.2 Uji Outlier	33
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas	34
3.7.4 Analisis Regresi Sederhana	34
3.7.5 Uji Hipotesis.....	35
3.7.5.1 Uji t	35
3.7.5.2 Uji Determinasi.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	37
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	40
4.2 Hasil Kuesioner Penelitian	41
4.2.1 Citra Merek	41
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 1	42
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 2	43
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 3	44
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 4	45
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 5	46
4.2.1.6 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 6	47
4.2.1.7 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 7	48
4.2.1.8 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 8	49
4.2.1.9 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 9	50
4.2.2 Kualitas Produk	51
4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 1	52
4.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai	

Pertanyaan Citra Merek 2	53
4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 3	54
4.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 4	55
4.2.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 5	56
4.2.3 Keputusan Pembelian	57
4.2.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 1	58
4.2.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 2	59
4.2.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 3	60
4.2.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 4	61
4.2.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan Citra Merek 5	62
4.3 Hasil Analisis dan Pembahasan	63
4.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.2 Uji Outlier	64
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	65
4.3.4 Uji Validitas	67
4.3.5 Uji Reliabilitas	71
4.4 Hasil Uji Hipotesis I	75
4.5 Hasil Uji Hipotesis II	78

4.6 Pembahasan.....	81
---------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	83
---------------------	----

5.2 Saran.....	86
----------------	----

5.3 Keterbatasan Penelitian	87
-----------------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 17
Gambar 2	Rerangka Teoritis..... 18
Gambar 3	Rerangka Pemikiran..... 19
Gambar 4	Model Penelitian..... 24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	<i>Top Brand Award</i> Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2012-2013 7
Tabel II	Penelitian Terdahulu 20
Tabel III	Definisi Operasional Variabel 27
Tabel IV	<i>Skala Likert</i> 31
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 38
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 39
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan 40
Tabel VIII	Nike Memiliki Reputasi yang Tinggi 42
Tabel IX	Responden Memiliki Pengetahuan Umum yang Baik Tentang Merek Nike 43
Tabel X	Merek Nike Memiliki Keandalan yang Lebih Dibandingkan Merek Lainnya 44
Tabel XI	Merek Nike Memiliki Berita yang Positif 45
Tabel XII	Responden Memiliki Pengetahuan yang Baik Tentang Merek Nike 46
Tabel XIII	Merek Nike Selalu Konsisten Dengan Kualitas Produknya 47
Tabel XIV	Responden Memiliki Harapan yang Tinggi Dengan Merek Nike 48

Tabel XV	Merek Nike Berbeda Dengan Merek Sepatu Olahraga Lainnya.....	49
Tabel XVI	Nike Adalah Merek yang Paling Dapat Memenuhi Kebutuhan Terhadap Sepatu Olahraga	50
Tabel XVII	Sepatu Olahraga Nike Menarik dan Mengesankan, Sehingga Menambah Percaya Diri	52
Tabel XVIII	Sepatu Olahraga Nike Sempurna dan Bebas Dari Cacat	53
Tabel XIX	Jenis Warna Sepatu Olahraga Nike Sesuai Dengan Keinginan.....	54
Tabel XX	Desain Sepatu Olahraga Nike Sesuai Dengan Keinginan dan Kebutuhan	55
Tabel XXI	Sepatu Olahraga Nike Memiliki Daya Tahan yang Bagus.....	56
Tabel XXII	Responden Membeli Sepatu Olahraga Nike Untuk Memenuhi Kebutuhan Olahraga.....	58
Tabel XXIII	Responden Membeli Sepatu Olahraga Nike Karena Rekomendasi Dari Teman, Tetangga, dan Keluarga Fleksibel	59
Tabel XXIV	Responden Membeli Sepatu Olahraga Nike Setelah Membandingkan Dengan Sepatu Olahraga Merek Lain	60
Tabel XXV	Sepatu Olahraga Nike Lebih Baik Dibandingkan Dengan Sepatu Olahraga Merek Lain.....	61

Tabel XXVI	Kepuasan Membeli Sepatu Olahraga Nike dan Akan Membeli Sepatu Olahraga Nike Kembali ..	62
Tabel XXVII	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel XXVIII	Hasil Uji Outliers	65
Tabel XXIX	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
Tabel XXX	Hasil Uji Validitas Awal (<i>KMO and Bartlett's Test</i>)	67
Tabel XXI	Hasil Uji Validitas Awal (<i>Rotated Component Matrix^a</i>).....	68
Tabel XXXII	Hasil Uji Validitas Akhir (<i>KMO and Bartlett's Test</i>)	69
Tabel XXXIII	Hasil Uji Validitas Akhir (<i>Rotated Component Matrix^a</i>).....	70
Tabel XXXIV	Hasil Uji Reliabilitas (<i>Reliability Statistics</i>) (Citra Merek)	71
Tabel XXXV	<i>Item-Total Statistics</i> (Citra Merek).....	72
Tabel XXXVI	Hasil Uji Reliabilitas (<i>Reliability Statistics</i>) (Kualitas Produk).....	72
Tabel XXXVII	<i>Item-Total Statistics</i> (Kualitas Produk).....	73
Tabel XXXVIII	Hasil Uji Reliabilitas (<i>Reliability Statistics</i>) (Keputusan Pembelian).....	74
Tabel XXXIX	<i>Item-Total Statistics</i> (Keputusan Pembelian)	74
Tabel XL	Hasil Uji Hipotesis I (<i>Anova^a</i>)	76
Tabel XLI	<i>Coefficients^a</i>	76

Tabel XLII	<i>Model Summary</i>	77
Tabel XLIII	Hasil Uji Hipotesis II (<i>Anova^a</i>).....	79
Tabel XLIV	<i>Coefficients^a</i>	79
Tabel XLV	<i>Model Summary</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	
Lampiran B Tabulasi Hasil Kuesioner	
Lampiran C Output SPSS	
Lampiran D Jurnal Utama	