

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan mengetahui besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike yang dilakukan pada member Celebrity Fitness.

Jenis penelitian ini adalah *Causal Explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah Member Celebrity Fitness PVJ, dan sampel untuk penelitian ini adalah Member Celebrity Fitness PVJ yang menggunakan sepatu olahraga merek Nike. Penelitian ini menggunakan teknik *non - probability sampling* dengan menggunakan cara *purposive sampling*.

Dari hasil pengolahan uji Hipotesis, peneliti menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dimana sebesar 58,1% dari keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike dipengaruhi oleh kualitas produk. Peneliti juga menemukan bahwa korelasi / hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah sebesar .762, yang berarti bahwa hubungan antara kedua variabel merupakan hubungan yang kuat.

Kata kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze and examine the influence of the product quality on purchasing decisions, and knowing the influence of the quality of products on purchase decisions of Nike sports shoes, which tested at Celebrity Fitness members.*

*The methodology used in this research is Explanatory Causal. The population in this study is the Celebrity Fitness PVJ members, and the sample for this study is the Celebrity Fitness in PVJ members that uses Nike brand sports shoes. This study used a non - probability sampling technique using purposive sampling method.*

*From hypothesis testing, researchers found that the quality of products affect the purchase decision. It can be amounted to 58.1% of the purchasing decisions of Nike brand sports shoes influenced by the quality of the product. Thus, the researchers also found that a correlation / relationship between the quality of the product and the purchasing decision at .762, which means that the relationship between the two variables is a strong relationship.*

*Keywords: Product Quality, Purchase Decisions.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1. <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.1.1.1. <i>Product</i> .....	10
2.1.1.2. <i>Price</i> .....	12
2.1.1.3. <i>Place</i> .....	13
2.1.1.4. <i>Promotion</i> .....	13
2.1.1.4.1. <i>Periklanan (Advertising)</i> .....	14
2.1.1.4.2. <i>Promosi Penjualan (Sales Promotion)</i> .....	15
2.1.1.4.3. <i>Penjualan Personal (Personal Selling)</i> .....	16
2.1.1.4.4. <i>Hubungan Masyarakat (Public Relation)</i> .....	16
2.1.1.4.5. <i>Pemasaran Langsung (Direct Marketing)</i> .....	17
2.1.1.5. <i>People</i> .....	18
2.1.1.6. <i>Process</i> .....	19
2.1.1.7. <i>Physical Evidence</i> .....	20
2.1.2. Kualitas Produk .....	20
2.1.3. Dimensi Kualitas Produk.....	22
2.1.4. <i>Five Level Meanings of Product</i> .....	24
2.1.5. Bauran Produk .....	25
2.1.6. Keputusan Pembelian .....	27

2.2.	Penelitian Terdahulu .....	30
2.3.	Rerangka Pemikiran .....	33
2.4.	Model Penelitian .....	34
2.5.	Pengembangan Hipotesis .....	34
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.2.	Populasi dan Sampel .....	35
3.2.1.	Populasi.....	35
3.2.2.	Sampel.....	36
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.3.	Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1.	Uji Instrumen .....	41
3.5.1.1.	Uji Validitas .....	41
3.5.1.2.	Uji Reliabilitas.....	42
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.2.1.	Uji Normalitas .....	43
3.5.2.2.	Uji Outlier .....	44
3.5.2.3.	Uji Heterokedastisitas .....	45
3.5.3.	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	46
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>47</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	47
4.2.	Respon Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	50
4.2.1.	Respon Responden (Indikator X1) .....	50
4.2.2.	Respon Responden (Indikator X2) .....	51
4.2.3.	Respon Responden (Indikator X3) .....	52
4.2.4.	Respon Responden (Indikator X4) .....	53
4.2.5.	Respon Responden (Indikator X5) .....	54
4.2.6.	Respon Responden (Indikator X6) .....	55
4.2.7.	Respon Responden (Indikator X7) .....	56
4.2.8.	Respon Responden (Indikator X8) .....	57
4.3.	Respon Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.3.1.	Respon Responden (Indikator Y1) .....	58

4.3.2. Respon Responden (Indikator Y2) .....	59
4.3.3. Respon Responden (Indikator Y3) .....	60
4.3.4. Respon Responden (Indikator Y4) .....	61
4.3.5. Respon Responden (Indikator Y5) .....	61
4.4. Uji Instrumen.....	62
4.4.1. Uji Validitas.....	62
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	64
4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.3.1. Uji Normalitas.....	66
4.4.3.2. Uji Heterokedastisitas .....	67
4.4.3.3. Uji Multikolinearitas.....	69
4.5. Uji Hipotesis Penelitian.....	70
4.6. Pembahasan.....	73
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Keterbatasan penelitian .....	76
5.3. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR GAMBAR

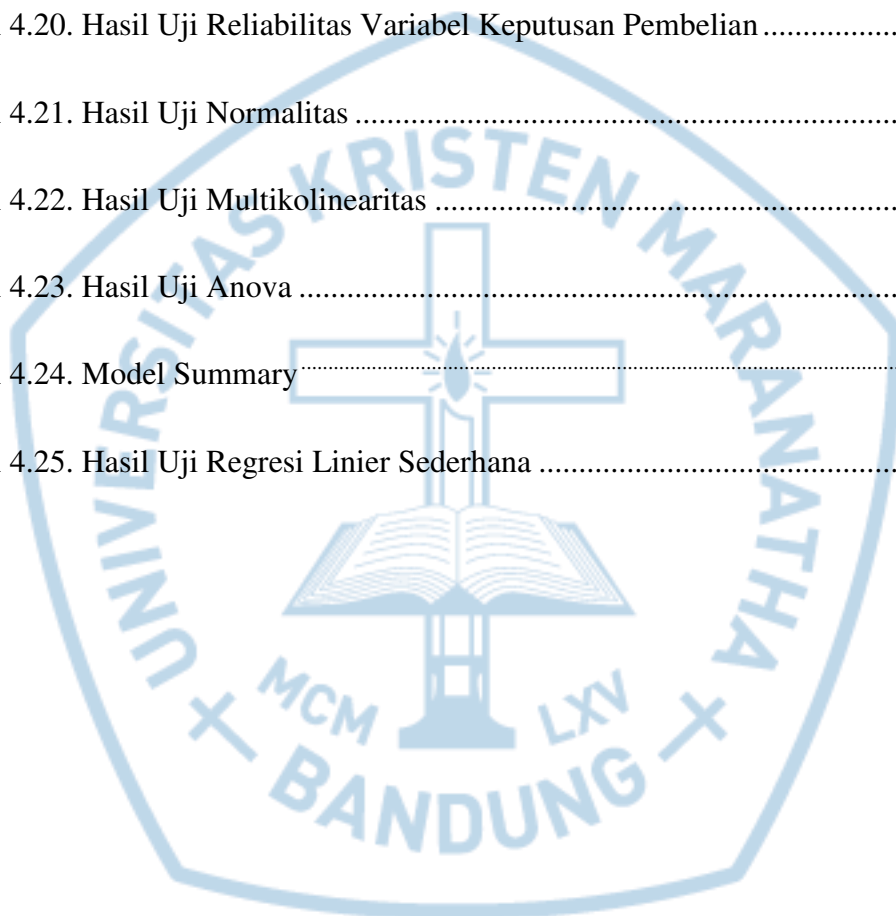
Gambar 2.1. Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.2. Rerangka Pemikiran .....	33
Gambar 2.3. Model Penelitian .....	34



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peringkat TBI Merek Sepatu Olahraga di Indonesia .....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian .....	39
Tabel 3.2. Skala Likert.....	41
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	48
Tabel 4.4. Profil Responden Pernah Menggunakan Sepatu Nike .....	49
Tabel 4.5. Hasil Indikator Kualitas Produk X1.....	50
Tabel 4.6. Hasil Indikator Kualitas Produk X2.....	51
Tabel 4.7. Hasil Indikator Kualitas Produk X3.....	52
Tabel 4.8. Hasil Indikator Kualitas Produk X4.....	53
Tabel 4.9. Hasil Indikator Kualitas Produk X5.....	54
Tabel 4.10. Hasil Indikator Kualitas Produk X6.....	55
Tabel 4.11. Hasil Indikator Kualitas Produk X7.....	56
Tabel 4.12. Hasil Indikator Kualitas Produk X8.....	57
Tabel 4.13. Hasil Indikator Keputusan Pembelian Y1.....	58
Tabel 4.14. Hasil Indikator Keputusan Pembelian Y2.....	59

Tabel 4.15. Hasil Indikator Keputusan Pembelian Y3.....	60
Tabel 4.16. Hasil Indikator Keputusan Pembelian Y4.....	61
Tabel 4.17. Hasil Indikator Keputusan Pembelian Y5.....	61
Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas Akhir .....	62
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	64
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	65
Tabel 4.21. Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.22. Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.23. Hasil Uji Anova .....	71
Tabel 4.24. Model Summary .....	71
Tabel 4.25. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	72





## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1. Hasil Uji Heterokedastisitas ..... 68



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN.....	81
LAMPIRAN B: HASIL OLAH DATA SPSS.....	85

