

**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK  
SEPATU FUTSAL SPECS DI KOMUNITAS FUTSAL SURABAYA**

**SKIRPSI**

Oleh :

**AKHMAL TRIJAYANTO**

**NIM : G93218077**



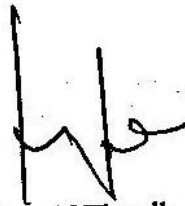
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2023**

Surabaya, 13 Juli 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag., M.Si

NIP.197011161999031001

## LEMBAR PENGESAHAN

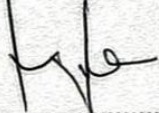
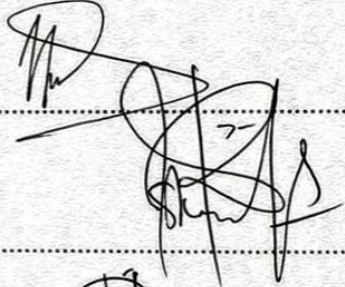


### PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK SEPATU FUTSAL SPECS DI KOMUNITAS FUTSAL SURABAYA

Oleh :  
AKHMAL TRIJAYANTO  
NIM : G93218077

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 13 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan:

1. Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag, M.Si Nip. 197011161999031001 (Penguji 1)	
2. Hj. Nurlailah, MM NIP. 196205222000032001 (Penguji 2)	
3. Riska Ayu Setiawati, SE., M. SM NIP. 199305032019032020 (Penguji 3)	
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM NIP. 199308172020122024 (Penguji 4)	

Surabaya, 13 Juli 2023

Dekan

  
Muhammad Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001

## PERYATAAN

a, Akhmal Trijayanto, Nim: G93218077, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penelitian atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 13 JULI 2023



Akhmal Trijayanto

Nim : G93218077



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **AKHMAL TRIJAYANTO**  
NIM : **G93218077**  
Fakultas/Jurusan : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN**  
E-mail address : **Akhmal.triyanto00@gmail.com**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENINGPADA PRODUK SEPATU FUTSAL SPECS DI KOMUNITAS FUTSAL SURABAYA**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Januari 2024

Penulis

(AKHMAL TRIJAYANTO)

## ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Teknik *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu mencari konsumen secara kebetulan atau insidental yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila peneliti menemui orang yang cocok untuk menjadi sumber data. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis terdiri dari Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji t, Koefisien determinasi dan Uji Sobel.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk sepatu specs di Surabaya. Sedangkan *brand image* dan kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Produk sepatu specs di Surabaya. Sedangkan *brand image* dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk sepatu specs di Surabaya. (4) Harga melalui kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal specs, *brand image* dan kualitas produk melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal specs. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pentingnya memberikan harga yang sesuai, menjaga *brand image* dan kualitas produk, dan menjamin kepuasan pelanggan guna meningkatkan keputusan pembelian.

Dengan adanya hasil penelitian diatas, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain harga, *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang lebih luas lagi.

**Kata Kunci:** Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan kepuasan Pelanggan.

## DAFTAR ISI

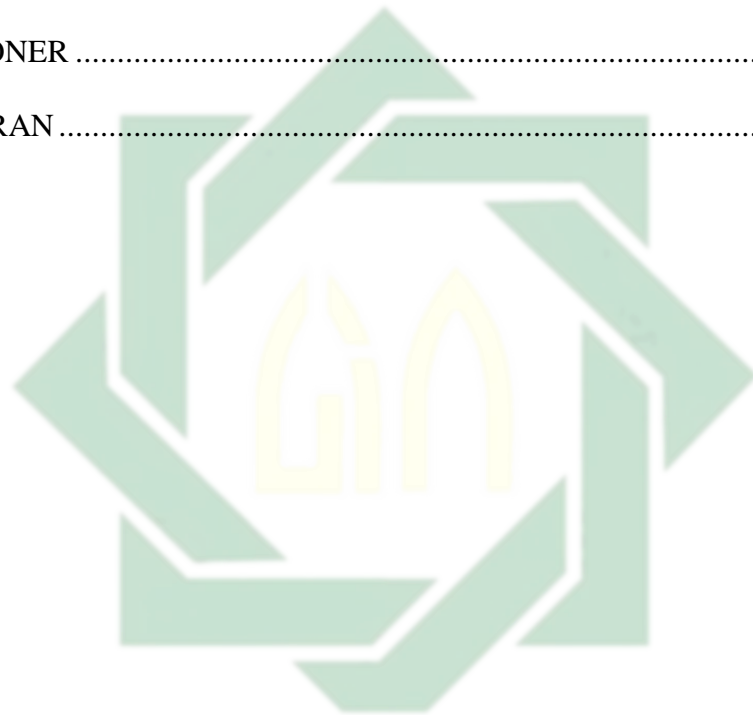
SAMPUL DALAM .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERYATAAN.....	iii
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Harga.....	11
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	25

2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Konseptual .....	31
2.4 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.4 Variabel Penelitian.....	36
3.5 Definisi Operasional.....	37
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	38
3.7 Data dan Sumber Data.....	40
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.2 Karakteristik Responden .....	52
4.3 Analisis Data.....	54
4.3.1 Uji Validitas .....	54
4.3.2 Uji Reabilitas.....	58
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	59
4.3.4 Uji Hipotesis.....	62
4.4 Pembahasan .....	72



4.4.1	Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya.” .....	72
4.4.2	Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya .....	73
4.4.3	<i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya .....	74
4.4.4	<i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya .....	76
4.4.5	Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya .....	77
4.4.6	Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk sepatu futsal Specs di komunitas futsal Surabaya .....	78
4.4.7	Kepuasan pelanggan sepatu specs di Surabaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu specs .....	79
4.4.8	Harga melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu specs di komunitas futsal Surabaya .....	80
4.4.9	<i>Brand Image</i> melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu specs di komunitas futsal Surabaya .....	80
4.4.10	Kualitas Produk melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu specs di komunitas futsal Surabaya .....	81

BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
BIODATA PENULIS.....	88
KUESIONER.....	89
LAMPIRAN.....	92



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2. Definisi Operasional.....	37
Tabel 3. Skala Likert.....	41
Tabel 4. Sejarah Perusahaan.....	51
Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan pengguna sepatu specs .....	54
Tabel 8. Hasil uji validitas X1 .....	55
Tabel 9. Hasil uji validitas X2.....	56
Tabel 10. Hasil uji validitas X3 .....	57
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Z .....	57
Tabel 12. Hasil uji validitas Y .....	58
Tabel 13. Hasil uji reabilitas .....	59
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 15. Hasil uji multikolinearitas .....	61
Tabel 16. Hasil uji heteroskedastisitas .....	62
Tabel 17. Hasil analisis jalur model I .....	62
Tabel 18. Uji Koefisien Determinasi Model I.....	63
Tabel 19. Analisis jalur model II.....	64
Tabel 20. Hasil Koefisien Determinasi Model II .....	65
Tabel 21. Hasil Uji t.....	66

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Sepatu Specs ..... 50



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Ilustrasi Kerangka Tahap Pembelian .....	8
Bagan 2. Kerangka Konseptual.....	31
Bagan 3. Model Jalur Berdasarkan Paradigma Penelitian .....	45
Bagan 4. Persamaan Dua Jalur .....	46
Bagan 5. Substruktur I .....	47
Bagan 6. Substruktur II.....	47
Bagan 7. Diagram jalur model I.....	64
Bagan 8. Diagram jalur model II.....	66
Bagan 9. Hasil uji sobel .....	69



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan gery amstrong. 2018 “Principles Of Marketing, Edisi 17, New Jersey” Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip dan gery amstrong, “prinsip-prinsip pemasaran” Edisi 12 Jakarta: Erlangga, 2016*
- Kotler, Philip, & kevin lane keller, 2016 “marketing Management,” 15<sup>th</sup> edition, pearson education, Inc.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keler, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Terj. Taufik Amir(Jakarta: Erlangga, 2018).
- Novi Sulistyawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wrdah Surabaya” (Skripsi-Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016)
- Samsul Anam, dkk. Manajemen Pemasaran (Sidoarjo: CV. Citra Media Nusantara, 2013)
- Marius P. Angipora, Dasar-dasar pemasaran (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999).
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, implementasi dan control) jilid 2, (Jakarta: prenhallindo, 1997).
- Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2005).
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid I (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Puger Harjun, “Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)” ( Skripsi- Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta 2018).
- Wayan Adi Virawan, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

- Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helem Merek INK)” ( Skripsi-Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta 2018).
- Muchlisin Riadi, “Citra Merek (Brand Image), dalam <http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citramerek-brand-image.html>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Anette Wulansari “Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang”, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 1 No 22, Maret 2013, P.38
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi, 2006)
- Joseph P. Cannon William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy, Dasar-Dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global, Terj. Diana Angelica dan Ria Cahyani, Buku 2, Edisi 16 (Jakarta: Salemba Empat, 2008)
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- Philip Kotler, *Marketing* (Jakarta: Erlangga, 1994).
- Dheany Arumsari, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)” (Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis - Universitas Diponegoro Semarang, 2012),  
*Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 16, No. 02, Oktober 2015
- Kolter, Philip, dan Garry Armstrong, 2005, *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Nurlailah SE., M.M, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: 2014).
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Basu Swasta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000).
- Rosvita Dua Lembang, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum dalam Kemasan

Merek Teh Botol Sosro” (Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang, 2010)

Rici Yuliardi dan Zuli Nurachi, *Statistika Penelitian; Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta:Innosain,2017).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A