

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

SKRIPSI



Oleh:

CHASAN BASRI

NIM: G03219010

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

2023

PERYATAAN KEASLIAN

Saya, Chasan Basri, Nim: G03219010, 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



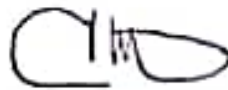
Chasan Basri

Nim: G03219010

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 13 Juni 2023

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Nur Kholis, M. Ed. Admin., Ph.D
NIP. 196703111992031003

Dosen Pembimbing II



Hanafi Adi Putranto, S.Si. SE. M.Si.
NIP. 198209052015031002

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

Oleh:

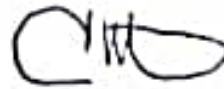
CHASAN BASRI
NIM: G03219010

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

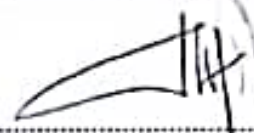
Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan:

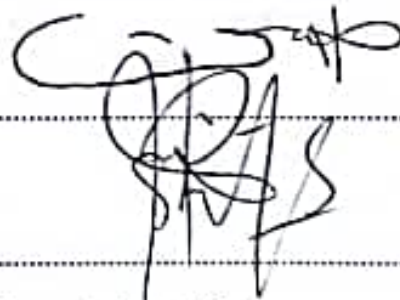
1. Prof. Drs. H. Nur Kholis,
M.Ed.Admin., Ph.D.
NIP. 196703111992031003
(Penguji 1)



2. Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.
NIP. 198209052015031002
(Penguji 2)



3. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M
NIP. 196806212007011030
(Penguji 3)



4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Surabaya, 13 Juli 2023



Dr. Sunan Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : CHASAN BASRI
NIM : G03219010
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : Chasanbasri10@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, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SEPATU FUTSAL SPECS DI 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, 31 Juli 2023

Penulis

(Chasan Basri)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, *brand image*, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi. Responden dari penelitian ini adalah warga Surabaya yang menggunakan sepatu Specs. Data didapat dari menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *Google Forms*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. 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 dan *brand image* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan, kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Produk sepatu specs di Surabaya dengan hubungan positif dan pengaruh yang signifikan. 2) Harga, *brand image* dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelanggan pada Produk sepatu specs di Surabaya dengan hubungan positif dan pengaruh yang signifikan. 3) Harga, *brand image* dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelanggan pada Produk sepatu specs di Surabaya dengan hubungan positif dan pengaruh yang signifikan. 4) Harga, kualitas produk, dan *brand image* melalui keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk sepatu futsal specs.

Dengan adanya hasil penelitian diatas, diharapkan peneliti selanjutnya mampu untuk memperluas cakupan penelitian, seperti memperluas variabel yang akan diteliti, misalnya brand ambassador. Bisa juga dengan menambah populasi dan sampel responden penelitian, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan hasil yang lebih baik.

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

DAFTAR ISI

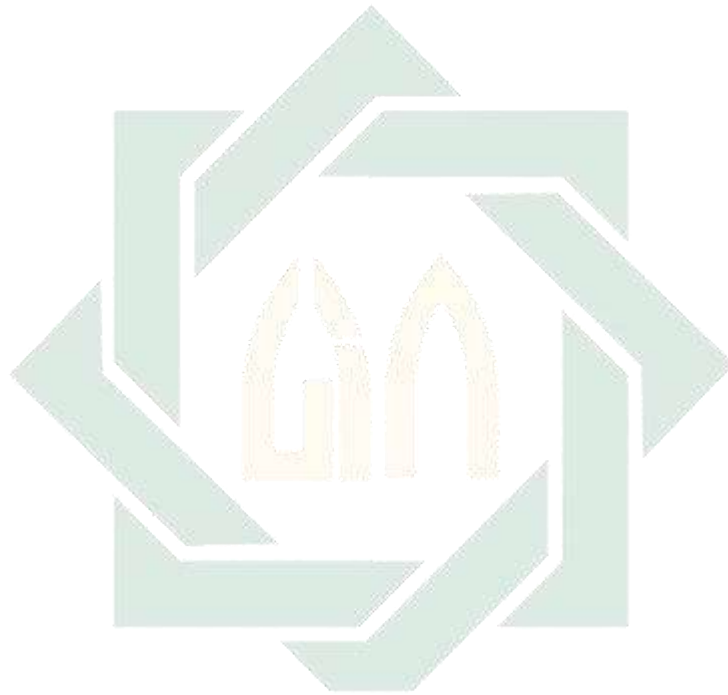
HALAMAN JUDUL.....	I
PERYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	8
1.4.1 MANFAAT TEORETIS.....	8
1.4.2 MANFAAT PRAKTIS.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 LANDASAN TEORI.....	10
2.1.1 HARGA.....	10
2.1.2 BRAND IMAGE.....	13
2.1.3 KUALITAS PRODUK.....	16

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Inovasi desain yang telah diterapkan oleh Specs	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. standart pengambilan sampel	38
Tabel 4. Definisi Operasional	39
Tabel 5. Skala Instrumen.....	43
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	54
Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan pernah melakukan pembelian	55
Tabel 10. Hasil uji validitas X1.....	56
Tabel 11. Hasil uji validitas X2.....	56
Tabel 12. Hasil uji validitas X3.....	57
Tabel 13. Hasil uji validitas Z.....	58
Tabel 14. Hasil uji validitas Y.....	59
Tabel 15. Hasil uji reabilitas	60
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 17. hasil uji multikolinearitas.....	62
Tabel 18. hasil uji heteroskedastisitas.....	63
Tabel 19. Hasil analisis jalur model I	64
Tabel 20. Uji Koefisien Determinasi Model I.....	65
Tabel 21. Analisis jalur model II	66
Tabel 22. Hasil Koefisien Determinasi Model II.....	67
Tabel 23. Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Beberapa produk Specs dengan kebudayaan Indonesia..... 52



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Bagan 1. Kerangka konseptual.....	31
Bagan 2. Model Jalur Berdasarkan Paradigma Penelitian	47
Bagan 3. Persamaan Dua Jalur.....	47
Bagan 4. Sub struktur I	47
Bagan 5. Substruktur II.....	48
Bagan 6. Diagram jalur model I.....	65
Bagan 7. Diagram jalur model II	67
Bagan 8. Hasil uji sobel	70



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Virawan, W. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helem Merek INK). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Afif Muzaqi, M. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs Di Kota Purwokerto. Universitas Muhammadiyah.
- Agusty, F. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Anam, S. (2013). Manajemen Pemasaran. CV. Citra Media Nusantara.
- Arumsari, D. (2012). 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)”. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ayu Pratiwi Cahyowulan, S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador pada minat beli produk wrangler dengan citra merek sebagai variabel intervening Studi kasus pada mahasiswa yang kuliah di Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Fandy Tjipnoto, & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Andi.

- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran). Deepublish Publisher. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif, Teori, dan Praktik. Bumi Aksara.
- Gunawan, I. (2016). Pengantar Statistika Inferensial. Grafindo.
- Harjun, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hasan, Ali. (2013), Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Yogyakarta, CAPS.
- Hatimbul Ginting, N. (2011). Manajemen Pemasaran. CV. Yrama Widya.
- Hesti Umaroh, E. (2020). Dampak biaya, kualitas produk, dan risiko terhadap pilihan pembelian yang dilakukan mahasiswa FEBI UINSA memanfaatkan flash sale shopee. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Juliansyah, N. (2016). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah. Kencana.
- kamal aldin, ibnu. (2017). Pengaruh kualitas produk, kredibilitas endorser, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal specs. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kotler, P. (1994). Marketing. Erlangga.
- Kotler, P. (1997). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (1st ed.). Andi Offset.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2005). Dasar-dasar Pemasaran. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip pemasaran (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2018). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat.
- Makarius Jebarun, P. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen sepatu futsal Specs di Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma.
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Muri, Yusuf. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian. Kencana.
- Musfiqon. (2012). Metodologi Penelitian Pendidikan. PT. Prestasi Pustakaraya.
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2008). Prinsip – prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12. Erlangga.
- Priyatno, D. (2008). Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis dan Uji Statistik. Gramedia Pustaka Umum.
- Renaldi, T. (2022). Rincian Harga Sepatu Fulsal Specs [Com]. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/17/172600765/rincian-harga-sepatu-fulsal-specs?page=all>

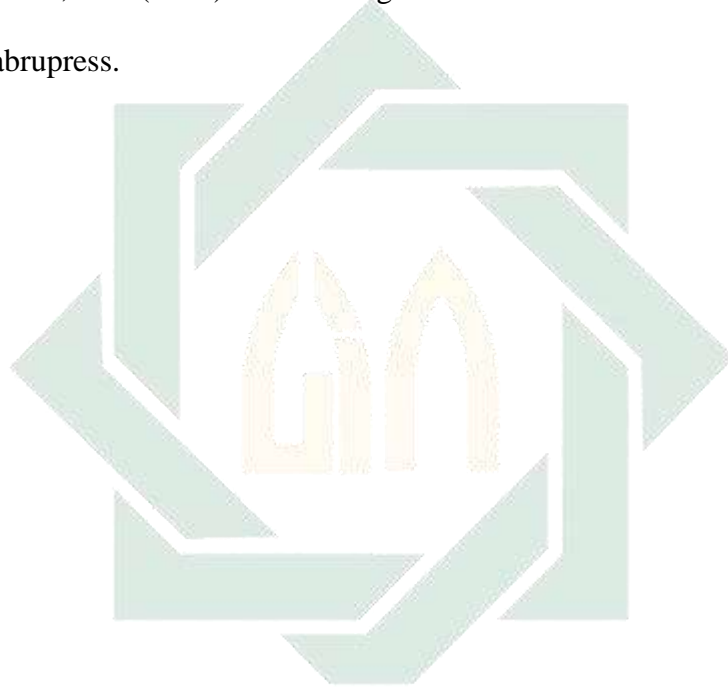
- Riadi, M. Citra Merek (Brand Image). Retrieved January 2, 2022, from <http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citramerek-brand-image.html>
- Riyanto, S., & Danihita Hatmawan, A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen (1st ed.). CV Budi Utama.
- Silalahi, U. (2012). Metode penelitian sosial. Rafika Aditama.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis. Indeks.
- Sulistiyawati, N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 14–16.
- Stanton, Willian J., (1991), Prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Terjemahan, Erlangga : Jakarta
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. BPFE.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Liberty.
- Tjipnoto, F. (2004). Strategi Pemasaran (2nd ed.). Andi Offset.

Tjipnoto, F. (2007). E-Bussiness. Andi Offset.

Tjipnoto, F. (2008). Strategi Pemasaran (3rd ed.). Andi.

William, A. (1997). Prinsip Pemasaran (7th ed.). Erlangga.

Wiratna Sujarweni, V. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi.
Pustakabrupress.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A