

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPUASAN PELANGGAN SEPATU MEREK NIKE DI  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA CIKARANG**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
ENJANG GALIH HIDAYATULLOH  
NIM : 112010688**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPUASAN PELANGGAN SEPATU MEREK NIKE DI  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA CIKARANG**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
**ENJANG GALIH HIDAYATULLOH**  
**NIM : 112010688**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Enjang Galih Hidayatulloh  
Nim : 112010688  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Universitas Pelita Bangsa Cikarang

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka saya yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M

NIDN : 0313037903

## Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

### SKRIPSI

***PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
PELANGGAN SEPATU MEREK NIKE DI UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
CIKARANG***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ENJANG GALIH HIDAYATULLOH

112010688

Telah dipublikasikan pada Jurnal MSEJ, volume 5, nomor 2 tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Bekasi, 20 Juli 2024

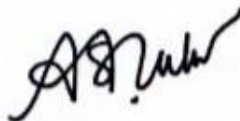
Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc

NIDN: 0406068402

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M

NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Enjang Galih Hidayatulloh  
NIM : 112010688  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Januari 2024



Enjang Galih Hidayatulloh

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Jika kamu tidak tahan terhadap penatnya belajar, maka kamu akan menanggung  
bahayanya kebodohan

**“Imam Syafi’i”**

Success is not the key to happiness. Happiness is the key to success. If you love  
what you are doing, you will be successful.

**“Albert Schweitzer”**

Karya ini dipersembahkan untuk :

- Saya ingin mempersembahkan skripsi yang telah saya susun ini kepada Bapak dan Ibu dan Keluarga tercinta, yang selalu memberikan cinta, kasih sayang dan doa restu yang tiada henti kepada anaknya.
- Saya ingin mempersembahkan skripsi yang telah saya susun ini kepada Diri saya sendiri yang telah berusaha semaksimal mungkin menyelesaikan perkuliahan ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Universitas Pelita Bangsa Cikarang”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa. (UPB).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat diselsaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan cermat memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
2. Ibu Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi mahasiswa.
3. Ibu Preatmi Nurastuti., S.E., MM selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Adiputra., SKM., MM selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis.
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a dorongan semangat serta pengertian yang besar kepada penulis baik selama mengikuti perkuliahan maupun menyelesaikan skripsi ini.

Teman-teman Angkatan 2020 Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak keterbatasan pada susunan skripsi ini sehingga dapat kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penulisan hasil penelitian dikemudian hari, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 20 Januari 2024

Penulis

Enjang Galih Hidayatulloh



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Citra Merek.....	13
2.1.2 Kualitas Produk .....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis.....	25
2.4 Kerangka Berfikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian .....	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Desain Penelitian.....	32
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	33
3.3 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan sampel .....	35
3.3.1 Populasi .....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Pengambilan Sampel.....	36
3.4 Jenis Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Jenis Data .....	36
3.4.2 Sumber Data.....	37
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37

3.5 Metode Analisis.....	38
3.5.1 Analisa Outer Model.....	38
3.5.2 Analisa Inner Model .....	39
3.5.3 Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Analisis Data.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden .....	40
4.2 Profil Responden .....	40
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
4.3 Hasil dan Analisis Penelitian .....	42
4.3.1 Merancang Path Outer Model .....	42
4.3.2 Uji Validitas .....	43
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	45
4.3.4 Analisa <i>Inner Model</i> .....	46
4.3.5 Analisa Hipotesis.....	46
4.4 Pembahasan .....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kesenjangan Penelitian (Research Gap) .....	7
Tabel 1. 2 Hasil Penelitian kecil Kepuasan Pelanggan Nike di Store Nike Jakarta	9
Tabel 3. 1 Oprasionalisasi Variabel .....	33
Tabel 3. 2 Sebaran Populasi dan Sampel .....	35
Tabel 3. 3 Bentuk skala Bipolar .....	37
Tabel 4. 1 Outer Loading 1 .....	43
Tabel 4. 2 Average Variance Extracted (AVE) .....	44
Tabel 4. 3 Composite Reliability.....	45
Tabel 4. 4 Cronbach's Alpha .....	45
Tabel 4. 5 R-Square.....	46
Tabel 4. 6 Path Coefficient.....	47
Tabel 4. 7 Special Indirect Effects .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Sepatu Yang Disukai di Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Pendapatan Global Terbesar .....	5
Gambar 1. 3 Diagram Hasil Penelitian kecil .....	9
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Diagram Usia.....	40
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin .....	41
Gambar 4. 3 Diagram Pendidikan Terakhir .....	42
Gambar 4. 4 Path Outer Model .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner .....	58
Lampiran 2 Diagram Usia .....	83
Lampiran 3 Diagram Jenis Kelamin .....	84
Lampiran 4 Tingkat Pendidikan .....	84
Lampiran 5 Path Outer Model.....	85
Lampiran 6 Outer Loading.....	86
Lampiran 7 Average Variance Extracted (AVE).....	87
Lampiran 8 Composite Reliability .....	87
Lampiran 9 Cronbach Alpha .....	87
Lampiran 10 R-Square .....	87
Lampiran 11 Path Coefficient .....	87
Lampiran 12 Special Indirect effects .....	88

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON  
PURCHASING DECISIONS AND ITS IMPACT ON CUSTOMER  
SATISFACTION OF NIKE BRAND SHOES AT PELITA NANGSA  
UNIVERSITY CIKARANG**

Enjang Galih Hidayatulloh<sup>1)</sup>

Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M<sup>2)</sup>

**ABSTRACT**

*Customer satisfaction is a person's feeling of happiness or disappointment that arises after comparing the performance (results) of the product in question. Customer satisfaction is also an employee's feeling about the work they do. The purpose of this research is to determine the influence of brand image and product quality on purchasing decisions with customer satisfaction as a mediating variable. This research uses quantitative methods with a sample size of 120 respondents. This research was processed using SmartPLS data processing software and data collection was carried out via Google forms. The results of this research show that brand image has a significant influence on customer satisfaction, purchasing decisions have an influence on customer satisfaction, product quality has an influence on customer satisfaction, product quality has an influence on purchasing decisions as a mediating variable, meanwhile several variables that have no effect include brand image not having a significant effect on customer satisfaction, brand image not having an effect on purchasing decisions, and customer satisfaction.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Purchasing Decisions*

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
PELANGGAN SEPATU MEREK NIKE DI UNIVERSITAS PELITA  
BANGSA CIKARANG**

Enjang Galih Hidayatulloh<sup>1)</sup>

Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

kepuasan pelanggan adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan. Kepuasan pelanggan juga merupakan perasaan karyawan terhadap pekerja yang dilakukannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Penelitian ini diolah dengan menggunakan software olah data SmartPLS dan pengumpulan data dilakukan melalui formulir Google. Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi, sementara itu beberapa variable yang tidak berpengaruh diantaranya citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian