

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL
SPECS DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

NIM : 20191221135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL
SPECS DI KOTA SURABAYA**

Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



OLEH :

MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

NIM : 20191221135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2025

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

NIM : 20191221135

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 25 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



(MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL
SPECS DI KOTA SURABAYA**

Diajukan Oleh

MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

20191221135

Telah disetujui dan diterima dengan

baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tandatangan

Tanggal

1. Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd, CMA

 02/07/2015

2. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

 02/07/2015

Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. Mochamad Muchklas, S.Si., M.M


Dr. Dwi Satrio Panggayudi ST., M.M

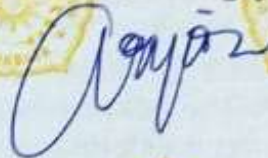
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL
SPECS DI KOTA SURABAYA

Nama : Miftahul Qoiro' Aprilliani
NIM : 20191221135

Program Studi : SI Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 8 Juli 2025
Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB

Komisi Penguji Terdiri dari :
Ketua Penguji



Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd, CMA

Anggota I

Anggota II



Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM



Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M



Dr. Doni Songo Panggayudi ST., M.M

MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL SPECS DI KOTA SURABAYA

MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

Prodi Manajemen FEB-Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail : miftahulapriliani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Specs di Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan kepada 138 responden, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik menunjukkan bahwa instrumen dan model layak digunakan. Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien determinasi sebesar 51,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini sebesar 48,1%. Secara parsial, persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara bersama-sama, hasil penelitian ini juga menunjukkan persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memperhatikan pentingnya memperhatikan persepsi harga, menjaga kualitas produk, dan membangun citra merek yang kuat dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *Persepsi Harga, Kualitas produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS OF SPECS
FUTSAL SHOES IN SURABAYA**

MIFTAHUL QOIRO' APRILIANI

Management Study Program FEB- Muhammadiyah Universitas of Surabaya
e-mail: miftahulapriliani@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of price perception, product quality, and brand image on the purchasing decisions of Specs futsal shoes in Surabaya. The research employed a descriptive quantitative method involving 138 respondents and was analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS version 25. The results of validity, reliability, and classical assumption tests indicate that the research instruments and model are appropriate for use. The F-test results show that the three independent variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, with a coefficient of determination (R^2) of 51.9%, while the remaining 48.1% is influenced by other variables outside this study. Partially, price perception, product quality, and brand image each have a positive and significant effect on purchasing decisions. Collectively, the findings demonstrate that price perception, product quality, and brand image simultaneously influence purchasing decisions. These results imply that companies need to pay attention to maintaining competitive pricing, ensuring high product quality, and building a strong brand image to enhance consumer purchasing decisions.

Keywords: *Price Perception, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT sang pemberi cahaya ilmu bagi umatnya atas berkat dan rahmat yang senantiasa tercurahkan yang telah memberi kelancaran, kesehatan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs Di Kota Surabaya”. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis sangat banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. untuk itu penulis menyampaikan banyak rasa syukur terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. FISQua, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Bapak Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd, CMA. selaku pembimbing I yang dengan sukarela, ikhlas dan sabar meluangkan waktunya untuk memberikan nasihat,

bimbingan serta arahan yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga berkat beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA selaku pembimbing II yang memberikan bimbingan, saran dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM selaku penguji yang memberikan bimbingan, saran dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Almarhum Bapak Sentot dan Mami Nurbaiyah selaku orang tua penulis yang telah mendidik, merawat, memberi arahan serta mendukung. Segala nasihat, dukungan moral dan kasih sayang yang tak ternilai adalah sumber kekuatan bagi penulis untuk menghadapi segala rintangan.
8. Sahabat hidup penulis Vimmy my sweng telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan kekuatan bagi penulis selama proses penulisan skripsi ini.
9. Sahabat penulis yaitu Lathafanny Tsamara terimakasih telah menemani, sumber inspirasi, dukungan, dan kekuatan bagi penulis selama proses penulisan skripsi ini.
10. Sahabat penulis terbaik yaitu Mamim Dina n Papip Julio telah menemani selama proses penulisan skripsi revisi hingga acc kita keren kan.
11. Seluruh teman baik yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis yang selalu memberikan dukungan agar cepat menyelesaikan skripsi walupun terlambat.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Teori Bauran Pemasaran.....	9
3. Persepsi Harga	10
4. Kualitas Produk	12
5. Citra Merek.....	14
6. Keputusan Pembelian	17
7. Pengaruh Antar Variabel	19
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Berpikir dan Model Analis.....	25

1. Kerangka Berpikir	25
2. Model Analisis.....	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional Variabel	29
C. Populasi dan Teknik Sampling	32
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	34
E. Uji Instrumen.....	35
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	44
1. Karakteristik Responden	44
2. Deskripsi Variabel Penelitian	48
C. Pengujian Hasil Penelitian	51
1. Uji Intrumen Penelitian	52
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4. Uji Hipotesis.....	61
C. Pembahasan	64
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	64
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	66
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4. Pengaruh Simultan Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pengeluaran membeli Sepatu Futsal Specs Per Bulan.....	47
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Responden Variabel Persepsi Harga	48
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Responden Variabel Citra Merek.....	50
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Responden Variabel Keputusan Pembelian ...	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X3)	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.15	Uji Realibilitas	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.18	Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.20	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	63
Tabel 4.21	Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.22	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Estimasi Produksi Sepatu Futsal.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 2.2 Model Analisis	27
Gambar 4.1 Beberapa contoh sepatu futsal.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	56
Gambar 4.3 Grafik Histogram	57
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Dosen Pembimbing	79
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi	80
Lampiran 3. Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	81
Lampiran 4. Endorsment Letter	82
Lampiran 5. Lembar Perbaikan Skripsi	83
Lampiran 6. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 7. Tabulasi Identitas Responden.....	92
Lampiran 8. Tabulasi Data.....	94
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data SPSS.....	97