

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KONFORMITAS KELOMPOK DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS *RUNNING* DI KOMUNITAS LARI SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

RAHAYU LUTFIFA

20221221002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2026

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KONFORMITAS KELOMPOK DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS RUNNING DI KOMUNITAS LARI SURABAYA**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**Oleh :
RAHAYU LUTFIFA
NIM : 20221221002**

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

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahayu Lutfifa

NIM : 20221221002

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Konformitas Kelompok Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Running Di Komunitas Lari Surabaya.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila 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, 29 Juni 2026

Yang membuat pernyataan


Rahayu Lutfifa

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KONFORMITAS KELOMPOK DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS RUNNING DI KOMUNITAS LARI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

Rahayu Lutfifa

NIM 20221221002

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

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



31/08/2026

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



31/08/2026

Mengetahui,

Dekan,

Kepala Program Studi,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si.MM.

Dr. Dwi Songo Pangayudi, ST., MM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KONFORMITAS KELOMPOK DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS RUNNING DI KOMUNITAS LARI SURABAYA

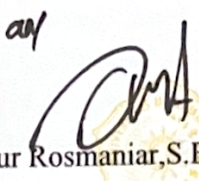
Nama : Rahayu Lutfifa
NIM : 20221221002

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Senin / 29 Juni 2026
Pukul : 14:30 WIB sampai dengan 16:00 WIB

Tim Dosen Penguji terdiri dari

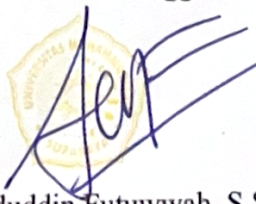
Ketua Penguji


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

Anggota I


Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M.

Anggota II


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

Mengetahui,


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


Dr. Djw Songgo Panggayudi, ST., M.M.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KONFORMITAS KELOMPOK, DAN REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS RUNNING DI KOMUNITAS LARI SURABAYA

Rahayu Lutfifa

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Sutorejo Surabaya 60113 Telp. (031)3811966
Email : rahayu.lutfifa-2022@fe.um-surabaya.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, konformitas kelompok, dan reputasi merek terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Running pada anggota komunitas lari di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 80 responden yang dipilih menggunakan teknik sampling jenuh (sensus). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial konformitas kelompok dan reputasi merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Running, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas produk, konformitas kelompok, dan reputasi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Running. Dengan demikian, semakin baik reputasi merek dan semakin tinggi tingkat konformitas kelompok, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli sepatu Adidas Running pada komunitas lari di Surabaya.

Kata Kunci: kualitas produk, konformitas kelompok, reputasi merek, keputusan pembelian,

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, GROUP CONFORMITY, AND BRAND REPUTATION ON THE PURCHASE DECISION OF ADIDAS RUNNING SHOES IN THE SURABAYA RUNNING COMMUNITY

Rahayu Lutfifa

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business,
Muhammadiyah University of Surabaya 60113 Tel. (031)3811966*

Email: rahayu.lutfifa-2022@fe.um-surabaya.ac.id

This study aims to analyze the influence of product quality, group conformity, and brand reputation on the purchasing decisions of Adidas Running shoes among members of running communities in Surabaya. This study employed a quantitative approach using a survey method involving 80 respondents selected through a saturated sampling technique (census). The results indicate that, partially, group conformity and brand reputation have a positive effect on the purchasing decisions of Adidas Running shoes, whereas product quality has no effect on purchasing decisions. Simultaneously, product quality, group conformity, and brand reputation significantly influence the purchasing decisions of Adidas Running shoes. Therefore, the better the brand reputation and the higher the level of group conformity, the greater the consumers' purchasing decisions regarding Adidas Running shoes within running communities in Surabaya.

Keywords: *Product quality, Group conformity, Brand reputation, Purchase decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Konformitas Kelompok, Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Running Di Komunitas Lari Surabaya” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Bersama ini perkenalkan saya mengucapkan terima kasih dengan hati yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. FISQua. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan positif sehingga penulisan ini terselesaikan.
5. Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan positif sehingga penulisan ini terselesaikan.
6. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan, saran, dan evaluasi yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Kedua orang tua Alm. Bapak Atim Moedjianto dan khususnya Ibu Ika Widyanti yang tidak pernah menyerah dan selama ini selalu membantu penulis dalam bentuk materi, perhatian, kasih sayang, semangat, dan doa demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyusun skripsi. Kemudian terimakasih banyak untuk kakak tercinta penulis, yaitu Achmad Havid dan kepada adik – adik tercinta yaitu, Maqdis dan Haidir yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan studi S1-Manajemen ini.
8. Sahabat terdekat Milka, Linggar, Tasya, Aura Pharaz Ayu, dan Badria yang selalu memberikan dukungan dalam berbagai hal baik, motivasi, semangat, dan waktu untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

9. Teman-teman kampus khususnya Asti, Thalita, Suci, Maya, Nakhla, Tika, Anwar, Rayhan, Ferdy, Fitra, Dhea, Sekar yang telah menjadi rekan belajar, berdiskusi, dan saling membantu selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman kerja, yaitu Nabhila, Nanda, Dewi, Desi, Nina, Andang, Intan yang telah memberikan dukungan, pengertian, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini di tengah berbagai aktivitas pekerjaan.
11. Teman Smk Ainur, Ika, Intan, Aisyah yang telah menjadi teman baik yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 04 Juni 2026

Penulis,

DAFTAR ISI

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	10
C.Tujuan Penelitian.....	11
D.Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A.Landasan Teori.....	13
1.Pemasaran	13
2.Perilaku Konsumen	15
3. <i>Marketing Mix</i>	16
4.Kualitas Produk.....	20
5.Reputasi Merek	23
6.Komunitas Merek.....	32
7.Konformitas Kelompok.....	33
8.Keputusan Pembelian Konsumen	39
B.Penelitian Terdahulu.....	43
C.Kerangka Berpikir dan Model Analisis	46
1.Kerangka Berpikir	46
2.Model Analisis	51
D. Pengaruh Antar variabel.....	52
E. Hipotesis	62
BAB III METODE PENELITIAN.....	63

A. Pendekatan Penelitian	63
B. Definisi Operasional	63
C. Populasi dan Sampling	68
D. Tempat dan Waktu Penelitian	69
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	70
F. Teknik Analisis Data	72
1. Uji Instrumen	73
2. Uji Asumsi Klasik	74
3. Analisis Regresi Linier Berganda	76
4. Koefisien Determinasi (R^2)	78
5. Uji Hipotesis	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
1. Gambaran umum Adidas	81
2. Gambaran umum Komunitas Suroboyo Mlayu Banter	82
B. Deskripsi Hasil Penelitian	83
1. Karakteristik Responden	83
2. Deskripsi Variabel Penelitian	99
C. Uji Instrumen	102
1. Uji Validitas	103
2. Uji Reliabilitas	104
D. Uji Asumsi Klasik	105
1. Uji Normalitas	105
2. Uji Multikolinieritas	106
3. Uji Heteroskedastisitas	107
E. Uji Regresi Linier Berganda	108
F. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	110
G. Uji Hipotesis	111
1. Uji Parsial (Uji t)	111
2. Uji Simultan (Uji F)	114
H. Pembahasan	115

1. Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian	115
2. Pengaruh Konformitas Kelompok terhadap Keputusan Pembelian	118
3. Pengaruh Reputasi Merek terhadap Keputusan Pembelian	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis kelamin	84
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Anggota Suroboyo Mlayu Banter	85
Tabel 4. 3 Karakteristik Pendidikan terakhir	86
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan	87
Tabel 4. 5 Karakteristik Pendapatan	88
Tabel 4. 6 Karakteristik lama bergabung komunitas	90
Tabel 4. 7 Karakteristik Asal Mengetahui Komunitas Suroboyo Mlayu Banter ..	91
Tabel 4. 8 Karakteristik keaktifan anggota mengikuti kegiatan di komunitas.....	93
Tabel 4. 9 Karakteristik Pembelian Produk Berdasarkan Rekomendasi	94
Tabel 4. 10 Jenis Sepatu Adidas yang Dimiliki Anggota Komunitas.....	96
Tabel 4. 11 Grade Sepatu Adidas yang dimiliki Anggota Komunitas	98
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	99
Tabel 4. 13 Deskripsi Variabel Konformitas Kelompok	100
Tabel 4. 14 Deskripsi Variabel Reputasi Merek	101
Tabel 4. 15 Deskripsi Varabel Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Instrumen	103
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	104
Tabel 4. 18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	105
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinieritas	106
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	108
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	110
Tabel 4. 22 Hasil Uji Parsial	111
Tabel 4. 23 Hasil Uji Simultan.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Olahraga Paling Banyak Dilakukan Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1. 2 Faktor Memilih <i>Sneakers</i>	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 2. 2 Model Analisis	51
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>scatterplot</i>).....	107