**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI**

**KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE***

**SEPATU MERK ADIDAS DI SOLO PARAGON SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi**

**Universitas Islam Batik Surakarta**

**Oleh :**

**TINO SUPRIYANTO**

**NIM : 2015020170**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK**

**SURAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini setelah membaca skripsi dengan judul:

**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* SEPATU MERK ADIDAS**

**DI SOLO PARAGON SURAKARTA**

Oleh:

**TINO SUPRIYANTO**

**NIM : 2015020170**

Telah Dipertahankan Dihadapan Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Surakarta, 2 Februari 2022

**Pembimbing I Pembimbing II**

Dr Ida Aryati DPW, S.E., M.H, M.Si. Dr. Ec. Dra. Hj. Istiatin, S.E, MM

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen

Universitas Islam Batik Surakarta

**Fithri Setya Marwati, S.E,M.M.**

NIDN. 0603088405

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah diterima dan disahkan untuk memenuhi syarat dan tugas guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.

Pada hari : Rabu,

Tanggal : 2 Februari 2022

Tim Penguji Skripsi

1. Ida Aryati DPW, S.E., M.Si., M.H ( )

Ketua

1. Dr.Ec.Dra.Hj.Istiatin,SE,MM ( )

Sekretaris

1. Drs. Sri Hartono, S.E, M.Si ( )

Anggota

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Batik Surakarta

**(Dr. Ec. Dra. Hj. Istiatin S.E, M.M)**

**NIDN.0621045901**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Tino Supriyanto

NIM : 2015020170

Judul Skripsi KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE*

SEPATU MERK ADIDAS DI SOLO PARAGON SURAKARTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

 Surakarta, 2 Februari 2022

Penulis,

 Tino Supriyanto

**MOTTO**

*“Barang siapa menginginkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat maka haruslah memiliki banyak ilmu.” (HR Ibnu Asakir)*

*“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah SWT akan memudahkan baginya jalan menuju surga” (HR. Muslim)*

*“Man Jadda Wajada- Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan mendapatkan hasil / kemudahan”(HR. Muslim)*

*“Meski lelah, patah dan menyesakkan. kedepannya pasti ada jalan untuk akhirnya kita menyelesaikan tanpa perlu menyudahinya” ( Penulis )*

*“Stop Writing caption, Go Action!” (Tino Supriyanto)*

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang maha penyayang dan maha memudahkan segala kesulitan hambaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan setiap lembaran demi lembaran. Dengan segala kerendahan hati, cinta dan doa, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Untuk Kedua Orang Tuaku Bapak. Budiyono S.Pd dan Ibu. Endang Pramesti yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta do’a yang tiada henti untuk menyertai setiap langkah dan kesuksesanku.
2. Almamaterku.
3. Dan semua yang menjadi bagian dalam hidupku, Terimakasih.

**KATA PENGANTAR**



*Assalamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Penulisan skripsi dengan judul Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, Promosi dan *Brand Image* Sepatu Merk Adidas di Solo Paragon Surakarta. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, dengan tulus dan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Amir Junaedi, S.H, M,H selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi lanjut S1 Ekonomi.
2. Dr Ec. Dra. Hj. Istiatin S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta dan selaku Pembimbing II.
3. Fithri Setya Marwati, S.E,M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
4. Dr Ida Aryati Dyah Purnomo Wulan, S.E., M.H.,M.Si .selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan serta kesabarannya selama penulisan skripsi.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.
6. Segenap pihak yang telah berkontribusi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih.

Penulisan skripsi ini tentunya jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis, sehingga penulis tidak menutup kemungkinan terhadap saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Akhirnya penulis menyampaikan, semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

*Wassalamu’alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*.

Surakarta, Februari 2022

Penulis ,

Tino Supriyanto

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 7
3. Batasan Masalah 7
4. Tujuan Penelitian 7
5. Manfaat Penelitian 8

BAB II LANDASAN TEORI 10

1. Kajian Pustaka 10
2. Keputusan Pembelian 10
3. Kualitas Produk 14
4. Promosi 17
5. *Brand Image* 21
6. Penelitian Terdahulu yang Relevan 25
7. Kerangka Berpikir 28
8. Hipotesa 31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 32

1. Jenis Penelitian 32
2. Lokasi dan Waktu Penelitian 32
3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 32
4. Sumber Data 34
5. Teknik Pengambilan Data 34
6. Definisi Operasional Variabel 35
7. Uji Instrumen 36
8. Uji Asumsi Klasik 40
9. Analisis Data 41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 46

1. Gambaran Umum Perusahaan 46
2. Kriteria Responden 47
3. Hasil Uji Asumsi Klasik 50
4. Analisis Data 53
5. Pembahasan 60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 63

1. Kesimpulan 63
2. Saran 63

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 70

**DAFTAR TABEL**

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan 25

Tabel III.1 Kisi-kisi Variabel 35

Tabel III.2 Hasil Uji Validitas 37

Tabel III.3 Hail Uji Reliabilitas 39

Tabel IV.1Kriteria Responden berdasarkan Jenis Kelamin 48

Tabel IV.2 Kriteria Responden berdasarkan Usia 48

Tabel IV.3 Kriteria Responden berdasarkan Pekerjaan 49

Tabel IV.4 Hasil Uji Normalitas 50

Tabel IV.5 Hasil Uji Multikolonieritas 51

Tabel IV.6 Hasil Uji Heterokedastisitas 52

Tabel IV.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 54

Tabel IV.8 Hasil Uji F 55

Tabel IV.9 Hasil Uji t 57

Tabel IV.10 Hasil Koefisien Determinasi 60

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran 30

Gambar IV.1 Grafik Histogram Normalitas 50

Gambar IV.2 Grafik Normal PP Plot 51

Gambar IV.3 Hasil Uji Heterokedastisitas 53

**ABSTRAK**

**TINO SUPRIYANTO, NIM 2015020170 : KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS, PRODUK, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* SEPATU MERK ADIDAS DI SOLO PARAGON SURAKARTA.**

Skripsi, Surakarta: Program Studi Manajemen (S1), Universitas Islam Batik Surakarta, 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, promosi dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dan variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sepatu merek adidas di Solo Paragon.

 Metode penelitian ini menggunakan desain penelitian diskriptif kuantitatif. Populasinya pengguna sepatu adidas yang jumlahnya tak terhingga. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan analisis statistik yaitu uji regresi linear berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Ada pengaruh kualitas produk, promosi dan *brand image* secara partial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu merek adidas di solo paragon. 2) Ada pengaruh kualitas secara partial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu merek adidas di solo paragon. 3) Ada pengaruh promosi secara partial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu merek adidas di solo paragon. 4) Ada pengaruh *brand image* secara partial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu merek adidas di solo paragon. Saran dari penelitian ini, penjual harus terus meningkatkan kualitas produk, promosi dan *brand image* yang ada, sehingga akan membuat pelanggan lebih puas dari sebelumnya.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi dan *Brand Image*.

***ABSTRACT***

***TINO SUPRIYANTO, NIM 2017020014 : THE INFLUENE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND BRAND IMAGE AGAINST A DECISION OF PURCHASE ADIDAS SHOES IN SOLO PARAGON SURAKARTA.***

*Skripsi. Surakarta, Management Courses, Universitas Isam Batik Surakarta Surakarta, 2022.*

The purpose of this study was to determine whether there is a significant influence between the variables of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions. In addition, to find out whether there is a significant simultaneous influence and which variables are the most dominant in influencing purchasing decisions for adidas brand shoes in Solo Paragon.

This research method uses a quantitative descriptive research design. The population is an infinite number of adidas shoe users. The sampling technique used in this research is simple random sampling with a sample size of 100 respondents. Collecting data by using a questionnaire. The data analysis technique used was statistical analysis, namely multiple linear regression, F test, t test, and the coefficient of determination.

The results showed that: 1) There was a partial and significant effect of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions on adidas brand shoes in Solo Paragon. 2) There is a partial and significant quality effect on purchasing decisions on adidas brand shoes at Solo Paragon. 3) There is a partial and significant effect of promotion on purchasing decisions on adidas shoes at Solo Paragon. 4) There is a partial and significant effect of brand image on purchasing decisions on adidas brand shoes in Solo Paragon. Suggestions from this research, the seller must continue to improve the quality of existing products, promotions and brand image, so that it will make customers more satisfied than before.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Promotion and Brand Image.