

**Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas
Konsumen Pada Produk Sepatu Nike di Yogyakarta.**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi Sebagian Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana

Program Studi: Manajemen



Disusun oleh:

Gabrielle Arga Dharma Ariyanto

NPM: 17 03 23599

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA

2021

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU NIKE DI
YOGYAKARTA.**

Disusun oleh:

Gabrielle Arga Dharma Ariyanto

NPM: 17 03 23599

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 554/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 10 Juni 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Anggota)
3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Gabrielle Arga Dharma Ariyanto
NPM : 170323599

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Gabrielle Arga Dharma Ariyanto telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FASULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU NIKE DI
YOGYAKARTA.**

Benar benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya yang peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 9 September 2020

Yang menyatakan



Gabrielle Arga Dharma Ariyanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat kasih dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU NIKE DI YOGYAKARTA”** dengan baik. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, tak lepas dari dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati ijinkanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat anugerah, penyertaan dan karunia-Nya yang tanpa batas yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bp. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi, membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan-masukan kepada penulis dengan sabar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Segenap jajaran dosen dan staf pengajar Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, atas ilmu pengetahuan, pengalaman dan motivasi belajar saat penulis menempuh studi perkuliahan.

4. Alm. Kakek penulis yang terkasih, Bp. Wignyo Soenarno dan Alm. Mama penulis yang tercinta, Mama Kezia Wahyu Atmini atas segala kasih, cinta dan doanya yang luar biasa yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu bertahan hingga di titik ini. Skripsi ini secara khusus penulis persembahkan untuk Alm. Kakek dan Alm. Mama yang penulis kasihi dan cintai.
5. Papa penulis yang terkasih, Papa Ariyanto Eko Nugroho atas dukungan, kasih sayang dan doa yang luar biasa yang diberikan kepada penulis. Angelica Florist Atisomya Ariyanto selaku sodari penulis atas dukungan dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis.
6. Kakek dan nenek penulis yang terkasih, Ibu. Waluyo Jati, Ibu. Sugiati dan Bp. Wahono atas dukungan, doa, dan cintanya yang luar biasa yang diberikan kepada penulis.
7. Om Moya Tan Lelana dan Tante Vanessa Indri Hastuti yang telah menjadi orang tua kedua bagi penulis atas dukungan, doa dan cintanya yang luar biasa yang diberikan kepada penulis.
8. Keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.
9. Seluruh rekan kerja penulis, di CV. Kates Simoelliki atas dukungan dan doanya yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat penulis, Fachri Zulfikar S. Hum., M. Pd., yang telah membantu penulis saat menghadapi kesulitan dalam skripsi, mendengarkan keluh kesah serta memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.

11. Sahabat penulis, Jessica Allezandra S.M yang telah membantu penulis saat mengalami kesulitan, mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
12. Sahabat penulis, Beatriks Simtya Simpleks S.M yang telah membantu penulis sejak penulis akan memilih dosen pembimbing skripsi hingga memberikan dukungan dan doanya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Sahabat penulis, Pamela Kristanti Putri, Willa Aretha Eltea, Mawan Pamungkas, Liana Christiani, Monica Marchella, Tania Tirtanata, Julien Agustine, Eunice Lawalata, Francess Talenta, Angelita Nathania, Andreas Subagyo, Gabriel Padma, Biata Novillia, Christopher Agustinus, Githa Amega, Gerry Aldiant, serta teman-teman penulis lainnya atas dukungan, doa dan kasih persaudaraan yang diberikan kepada penulis.
14. Keluarga besar LKP. Colour Model Management ASMAT PRO Yogyakarta, yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa dan dukungan serta doa kepada penulis.
15. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen (HMPSM), terkhususnya divisi event dan seluruh commite ATMAFELLOW 2019 yang telah memberikan banyak pengalaman yang luar biasa kepada penulis, atas doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi.
16. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang dalam penelitian penulis.

17. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala bentuk kritik dan masukan yang membangun bagi penelitian selanjutnya. Besar harapan penulis, penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi semua pihak.

Yogyakarta, 17 April 2021

Penulis



Gabrielle Arga Dharma Ariyanto

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Berhentilah memaksa dirimu untuk melampaui orang lain.

Karena, yang perlu kamu lampaui adalah dirimu sendiri” – Annonym.

*“Worry about nothing, Pray about everything”
~ Philippians 4:6 ~*

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Alm. Kakek terkasih, Bp. Wignyo Soenarno

Alm. Mama terkasih, Mama Kezia Wahyu Atmini

Papa dan adik terkasih

Kakek dan nenek terkasih

Om Moya dan Tante Indri yang terkasih

Seluruh keluarga besar dan semua orang yang terkasih

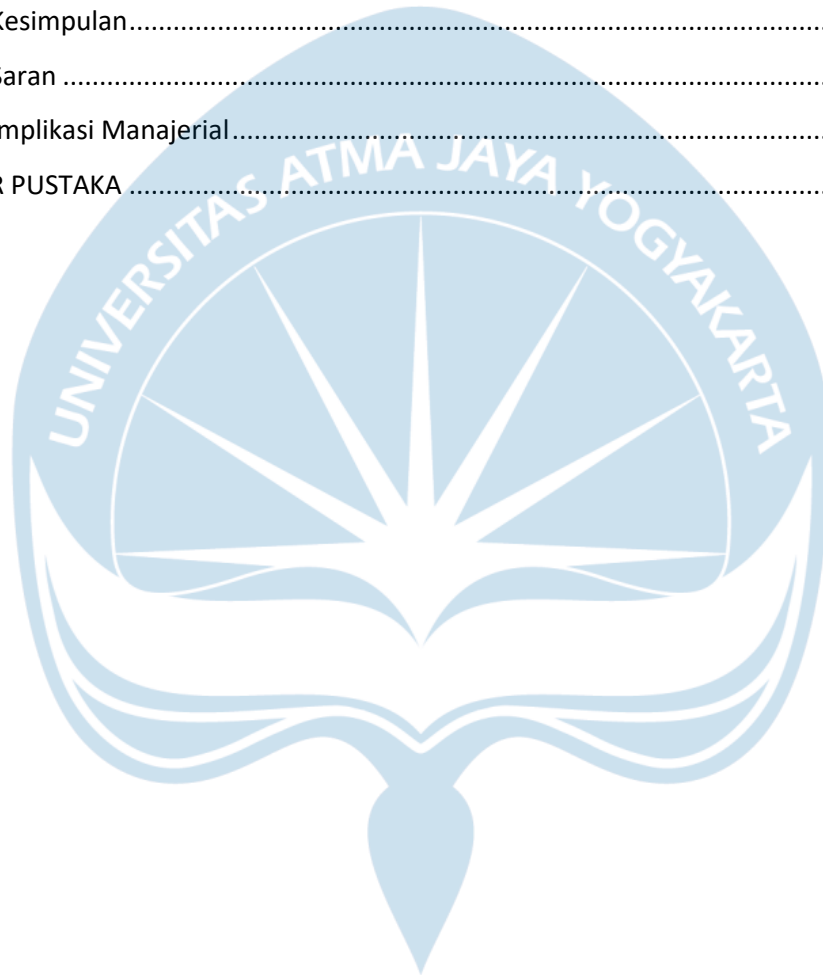
Seluruh sahabat-sahabat penulis yang terbaik didunia.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.5 Batasan Penelitian.....	24
1.6 Lingkup Penelitian.....	24
1.7 Model Riset	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.2 Keterhubungan Antar Variabel dan Hipotesis	30
2.2.3. Hubungan Antara Citra Merek terhadap keputusan pembelian.	30
2.2.2. Hubungan antara Citra Merek terhadap loyalitas konsumen.	31
2.3. Kerangka Teori	33
2.3.1 Citra Merek	33

2.3.2. Keputusan Pembelian	34
2.3.3. Loyalitas Konsumen	37
BAB III METODE RISET	39
3.1 Metode Pengumpulan Data	39
3.2 Metode Pengambilan Sampel	39
3.3 Operasionalisasi Variabel	40
3.4 Metode Pengukuran Data	43
3.5. Metode Pengujian	44
3.5.1. Uji Validitas	44
3.5.2. Uji Reliabilitas	44
3.6. Metode Analisis Data	45
3.7. Uji Hipotesis	45
3.7.1. Uji Statistik (Uji T)	46
3.7.2. Uji Statistik (Uji F)	46
3.7.3. Koefisien Korelasi (R)	46
3.7.4. Koefisien Determinasi	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2. Analisis Karakteristik Demografis	49
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penting atau Tidak Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pada Konsumen.	51
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaannya Terhadap Produk Sepatu Nike	52
4.3. Uji Validitas dan Reabilitas	53
4.3.1. Uji Validitas	53
4.3.2. Uji Reliabilitas	54
4.4. Analisis Statistik Deskriptif	55

4.5. Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.5.1. Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Pembelian	59
4.5.2. Citra Merek Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	62
BAB V PENUTUP	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran	65
5.3. Implikasi Manajerial.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68



**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU NIKE DI
YOGYAKARTA.**

Gabrielle Arga Dharma Ariyanto

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya

Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Responden atau sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna produk sepatu Nike di Yogyakarta, metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan data yang digunakan adalah data sekunder melalui penyebaran kuisisioner dalam *google form* yang dilakukan secara daring dan setiap pernyataannya diukur menggunakan skala likert 5 poin. Jumlah responden atau sampel yang digunakan sebanyak 200 responden. Uji analisis data dilakukan dengan uji statistik T, uji statistik F, koefisien korelasi dan determinasi dengan bantuan *software IBM SPSS 20.0 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu citra merek dan terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen, Produk Sepatu Nike.



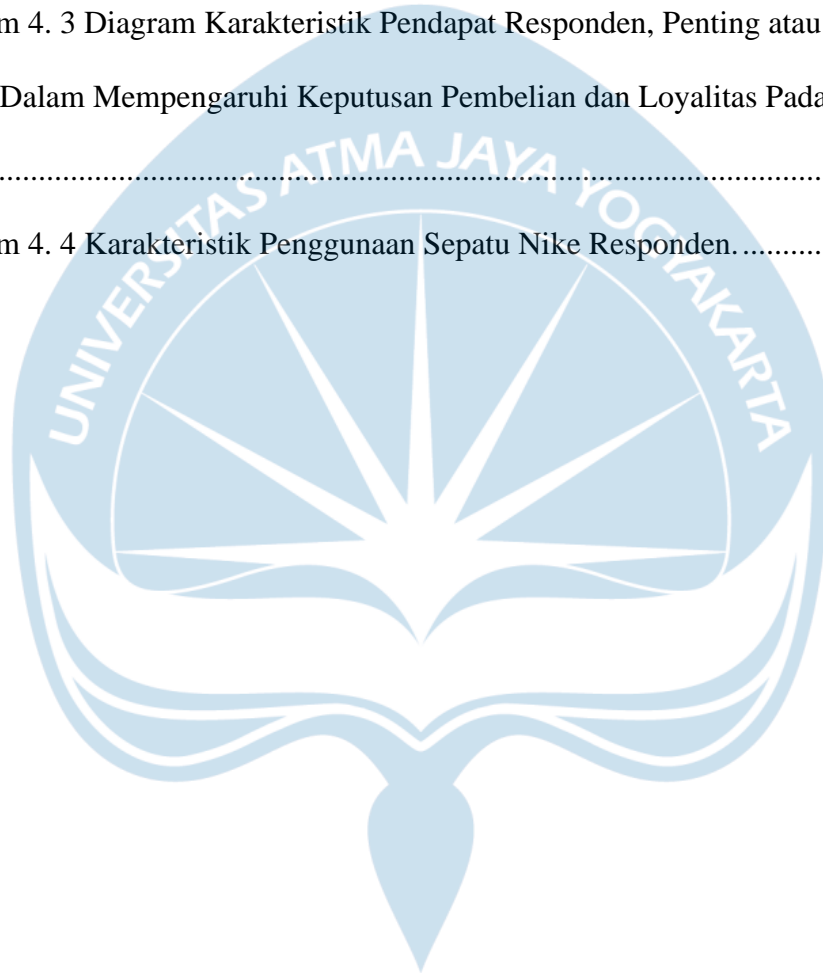
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Riset 25



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Diagram 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Diagram 4. 3 Diagram Karakteristik Pendapat Responden, Penting atau Tidak Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pada Konsumen.	51
Diagram 4. 4 Karakteristik Penggunaan Sepatu Nike Responden.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 4. 1 Uji Validitas	53
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X1)	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y1)	57
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y2)	58
Tabel 4. 6 Uji Statistik T	59
Tabel 4. 7 Uji Statistik (Uji F)	60
Tabel 4. 8 Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)	60
Tabel 4. 9 Interval Range Kekuatan Korelasi	61
Tabel 4. 10 Uji Statistik (Uji T)	62
Tabel 4. 11 Uji Statistik (Uji F)	63
Tabel 4. 12 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. KUISIONER	72
LAMPIRAN II. DATA KUISIONER	76
LAMPIRAN III. UJI VALIDITAS DAN REABILITAS	84
LAMPIRAN IV. UJI HIPOTESIS H1	90
LAMPIRAN V. UJI HIPOTESIS H2.....	91

