ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan *Brand Trust* sebagai variabel mediasi pada sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen. Responden pada penelitian ini adalah pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif dengan bantuan program SPSS 25. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitasdan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap *Brand Trust* namun citra merek tidak. Kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust*, sedangkan Harga dan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh *Brand Trust* pada pengguna sepatu futsal Ortuseight di Kabupaten Kebumen.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, citra merek, *Brand Trust*, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of product quality, price perception and brand image on purchasing decisions with Brand Trust as a mediating variable for Ortuseight futsal shoes in Kebumen Regency. The respondents in this study were 100 Ortuseight futsal shoe users in Kebumen Regency. This research uses descriptive and quantitative analysis methods with the help of the SPSS 25 program. The quantitative analysis used in this research is validity testing, reliability testing and path analysis. The results of this research show that product quality and price influence Brand Trust but not brand image. Product quality and price do not influence purchasing decisions, while brand image influences purchasing decisions for Ortuseight futsal shoe users in Kebumen Regency. Product quality influences purchasing decisions mediated by Brand Trust, while price and brand image do not influence purchasing decisions mediated by Brand Trust among Ortuseight futsal shoe users in Kebumen Regency.

Keywords: product quality, price perception, brand image, Brand Trust, and purchasing decisions.

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
UPB

HALAMAN MOTTO

“ Sedikit gerak banyak duitnya dan bersyukur adalah kunci untuk membuka pintu kebahagiaan, sedangkan berani melangkah adalah langkah awal menuju kesuksesan, jadi terus belajar, terus tumbuh, jangan pernah berhenti mencapai lebih.”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Ortuseight Di Kebumen Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjan Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa *literature.* Namun penulis sangarsadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam dengan telah diselesaikannya Skripsi ini. Penulis mempersembahkannya kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Khamim dan Ibu Muslihati terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Terima kasih sudah berjuang untukku, membesarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hiduplah lebih lama.
2. Adik-adikku tercinta, Iqbal Romadhoni dan Wahyu Nabila terima kasih atas semangat dan doa yang diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.
3. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Si., yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
4. Kepada pemilik NIM 205504380 terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilangitkan dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
5. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler D Angkatan 2020 terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. *See you on top, guys!*

2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Khamim dan Ibu Muslihati yang selalu senantiasa mendoakan, membimbing, memotivasi dan memperjuangkan dengan segala kemampuannya, agar putra putrinya mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan berakhlak mulia.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan mengajar.
4. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 30 Juli 2024

Alif Mustofa
NIM : 205504373

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME v
HALAMAN MOTTO vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
ABSTRAK viii
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Batasan Masalah 10
1.4. Tujuan Penelitian 14
1.5. Manfaat Penelitian 15
BAB II 16
KAJIAN PUSTAKA 16
2.1 Keputusan Pembelian 16
2.2 *Brand Trust* 22
2.3 Kualitas Produk 28

2.4 Harga 34
2.5 Citra Merek 37
2.6 Penelitian Terdahulu 41
2.7 Hubungan Antar Variabel 44
2.8 Model Empiris 51
2.9 Hipotesis 52
BAB III 54
METODE PENELITIAN 54
3.1 Objek dan Subjek Penelitian 54
3.2 Definisi Operasional Variabel 56
3.3 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data 59
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data 60
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 61
3.6 Teknik Analisis 63
3.7 Alat Analisis 64
BAB IV 78
ANALISIS DAN PEMBAHASAN 78
4.1 Analisis Deskriptif 78
4.2 Analisis Statistik 81
BAB V 109
SIMPULAN 109
5.1. Simpulan 109
5.2. Keterbatasan 111
5.3. Implikasi 112
5.3.1 Implikasi Praktis 112
3.5.2 Implikasi Teoritis 114
DAFTAR PUSTAKA 116
LAMPIRAN 118

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Observasi Pengguna Sepatu Futsal di Kebumen 5
Tabel I- 2 Observasi Pada Pengguna Sepatu Ortuseight di Kebumen 6
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 79
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden 79
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden 80
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Responden 81
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk 83
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Harga 83
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Citra Merek 84
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 84
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel *Brand Trust* 85
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas 86
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 1 89
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 2 89
Tabel IV- 13 Hasil Uji Pasial (Uji t) substruktural 1 92
Tabel IV- 14 Hasil Uji Pasial (Uji t) substruktural 2 93
Tabel IV- 15 Koefisien Jalur 95
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1 97
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2 98
Tabel IV- 18 Hasil Uji Analisis Korelasi 99
Tabel IV- 19 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1 101
Tabel IV- 20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2 102
Tabel IV- 21 Hasil Uji Sobel 1 95
Tabel IV- 22 Hasil Uji Sobel 2 96
Tabel IV- 23 Hasil Uji Sobel 2 96

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Proses Keputusan Pembelian 19
Gambar II- 2 Model Empiris..... 52
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1 87
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2 88
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 1..... 90
Gambar IV- 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 2..... 91
Gambar IV- 5 Diagram Jalur..... 107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 120
Lampiran 2 Tabulasi Data 126
Lampiran 3 Data Responden 130
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 133
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas 137
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik 138
Lampiran 7 T Tabel 144
Lampiran 8 Kartu Konsultasi 145
Lampiran 9 Kartu Tanda Pesera Seminar 146

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
UPB