

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA (PRICE)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK
NIKE DI NIKESTORE CITRALAND KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan program
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

RAY FILIA NUGRAHA

Npm : 201003632110374

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Berdasarkan laporan panitia skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul :

“PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA (PRICE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK NIKE DI NIKESTORE CITRALAND KOTA SEMARANG”

Diterima dan disahkan untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 15 Maret 2024

Dekan,



Prof. Dr. Dra. Rini Werdiningsih, M.S.

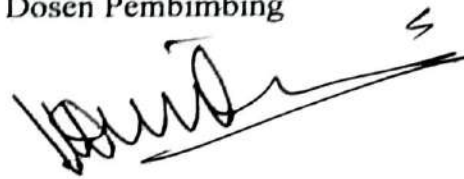
NIDN : 06211059011

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterima dan disahkan Dosen Pembimbing Skripsi untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, 15 Maret 2024

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bambang Agus Windu S.', with a long horizontal stroke extending to the right.

Drs. Bambang Agus Windu S, MA

NIDN : 0616085902

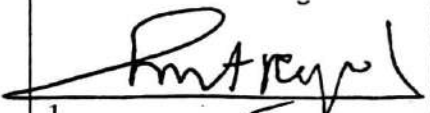


BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Setelah Skripsi ini diterima oleh dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, selanjutnya mendapat pengesahan dan persetujuan untuk diajukan di muka Sidang Panitia Ujian Skripsi FISIP UNTAG Semarang, Pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 15 Maret 2024

Waktu : 09.00 WIB

No	DOSEN PENGUJI	TANDA TANGAN
1	Drs. Slamet Riyono, MM	 1.
2	Drs. Bambang Agus Windu S, MA	 2.
3	Hermawan B., S. Sos. M.Si	 3.

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA (PRICE)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK
NIKE DI NIKESTORE CITRALAND KOTA SEMARANG**

ABSTRAK

Perubahan zaman yang semakin cepat memaksa kita untuk ikut serta dalam perubahan yang sedang berlangsung. Brand image dan harga merupakan salah satu faktor kunci dalam memengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk sepatu, terutama pada merek terkenal seperti Nike.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada 52 responden yang merupakan konsumen sepatu Nike di Nike Store Citraland Kota Semarang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi untuk menentukan sejauh mana brand image dan harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *non probability* dan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Selain itu juga menggunakan pendekatan *accidental sampling*.

Hasil penelitian pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa untuk taraf signifikansi 5% = 0,273 diketahui bahwa hasil r hitung $0,340 \geq r$ tabel 0,273 maka H_0 **diterima**. Kemudian untuk hasil pengujian hipotesis pengaruh Harga (*Price*) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa untuk taraf signifikansi 5% = 0,273 diketahui bahwa hasil r hitung $0,291 \geq r$ tabel 0,273 maka H_0 **diterima**. Dan didapatkan hasil uji hipotesis pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Harga (*Price*) terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan koefisien korelasi berganda menunjukkan untuk taraf signifikansi 5% = 0,273 diketahui bahwa hasil r hitung $0,382 \geq r$ tabel 0,273 maka H_0 **diterima**. Kemudian berdasarkan hasil analisis data menyatakan bahwa citra merek (*brand image*) memiliki pengaruh sebesar 85,3% dan harga (*price*) berpengaruh sebesar 67,5%.

Kesimpulan dari penelitian ini dapat menjadi landasan strategis bagi pemasaran produk sepatu Nike di Nike store Citraland Kota Semarang, dan diharapkan dapat membantu perusahaan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif ini.

Kata kunci: *citra merek (brand image), harga (price), dan keputusan pembelian*