

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
COMPASS (STUDI KASUS: MAHASISWA UNIVERSITAS
MERDEKA PASURUAN)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

NOVAIATUT DIANA

NPM: 2261201003128



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Novaiatut Diana

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003128

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

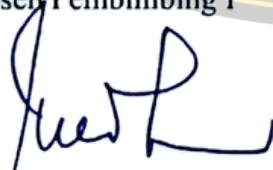
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan)

Pasuruan, 28 Januari 2026

DISETUJUI dan DITERIMA

Dosen Pembimbing I



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M.)

Dosen Pembimbing II



(Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 28 Januari 2026

TIM PENGUJI:

1. Nurul Akramiah, S.E., M.M.

1. Ketua.....

2. Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M.

2. Sekretaris.....

3. Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si.

3. Anggota.....




Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novaiatut Diana

NPM : 2261201003128

Alamat Rumah : RT 003 / RW 003, Dusun Wulu, Desa Mendalan, Kec.
Winongan, Kab. Pasuruan, Jawa Timur (67182)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan)" Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 28 Januari 2026

Yang Membuat



Novaiatut Diana

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis memanjatkan puji dan syukur kehadiratnya atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan)”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P., selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan sekaligus Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, bimbingan dan arahan secara intensif kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi serta studi di Fakultas Ekonomi.
3. Dr. Vita Fibriyani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan arahan secara intensif serta penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi.
4. Abah saya yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung yang menjadi sumber

kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana.

5. Ibu saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang, serta menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana.
6. Kakak-kakak dan adik saya, yang selalu menjadi pendukung dan motivasi penulis untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana.
7. Sahabat “Akhirnya Lulus” yang selalu menjadi teman, tempat suka duka dan pendukung selama menjalani perkuliahan mulai dari awal hingga saat ini.
8. Sahabat-sahabat kuliah “Skripsweet” yang juga menambah warna dan kebahagiaan serta selalu memberikan dukungan emosional.
9. Teman-teman terdekat, baik di dalam maupun di luar kampus, yang telah menemani, dan saling mendukung selama proses penyusunan skripsi.
10. Pihak lain yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teruntuk penulis, Novaiatut Diana, terimakasih sudah pantang menyerah dalam kondisi apapun selama menjalankan studi di Universitas Merdeka Pasuruan. Terimakasih sudah mau bertahan untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai bentuk pertanggung jawaban atas keputusan dirimu sendiri.

Pasuruan, 28 Januari 2025

Yang Membuat

Novaiatut Diana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Teori yang Melandasi Permasalahan	9
1. Keputusan Pembelian (Y)	9
2. Persepsi Harga (X1)	15
3. Persepsi Kualitas (X2)	18

4. Citra Merek (X3).....	22
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Hubungan Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat.....	30
D. Kerangka Konseptual	33
E. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Definisi Operasional Variabel	38
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	38
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	42
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
C. Lokasi Penelitian	44
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Jenis dan Sumber Data.....	47
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
G. Instrumen Penelitian	49
H. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Uji Instrumen Penelitian	63
2. Analisis Statistik Deskriptif	67
3. Uji Asumsi Klasik.....	88
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	94

5. Uji Hipotesis	101
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	107
BAB V KESIMPULAN.....	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. Populasi Penelitian.....	45
Tabel 3. Sampel Penelitian.....	47
Tabel 4. Skala Likert.....	50
Tabel 5. Pengukuran Skor Hasil Interval	54
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas	66
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	69
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Produk.....	69
Tabel 11. Hasil Analisis Deskriptif Variabel	71
Tabel 12. Jawaban Responden Persepsi Harga	74
Tabel 13. Jawaban Responden Persepsi Kualitas	77
Tabel 14. Jawaban Responden Citra Merek.....	81
Tabel 15. Jawaban Responden Keputusan Pembelian	84
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	889
Tabel 17. Hasil Uji Multikoleneartitas.....	90
Tabel 18. Hasil Uji Linearitas	92
Tabel 29. Hasil Uji Autokorelasi	94
Tabel 20. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1	96
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2	97
Tabel 22. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 3	97

Tabel 23. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 4	98
Tabel 24. Hasil Analisis Koefisien Determinasi R^2	99
Tabel 25. Hasil Uji Simultan.....	102
Tabel 26. Hasil Uji Parsial	104
Tabel 27. Hasil Uji Dominan	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Minat pada Sepatu Compass	2
Gambar 2. Kerangka Konseptual	34
Gambar 3. Gazelle: Sepatu Kanvas Vulcanized	61
Gambar 4. Sepatu Seri Tribune	62
Gambar 5. Seri Tribune Home-Away	63
Gambar 6. P-plot of Regresion	89
Gambar 7. Grafik Scatterplot	91



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: JADWAL PENELITIAN

LAMPIRAN 2: KUESIONER

LAMPIRAN 3: TABULASI DATA SKOR JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN 4: TABEL ANALISIS DESKRIPTIF

LAMPIRAN 5: HASIL UJI INSTRUMEN

LAMPIRAN 6: HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 7: TABEL STATISTIK

LAMPIRAN 8: SURAT SELESAI PENELITIAN



**Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pebelian Sepatu Compass (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas
Merdeka Pasuruan)**

Novaiatut Diana¹, Agnes Ratna Pudyaningsih², Vita Fibriyani³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: novaiatutdiana@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com²,
Vitafibriyani@gmail.com³

ABSTRAK

Sepatu juga menjadi salah satu item fashion yang diminati karena mampu menyatukan unsur kenyamanan, estetika, serta status sosial. Sepatu Compass adalah salah satu sepatu lokal yang pernah mengalami peningkatan minat yang signifikan pada tahun 2020, namun dalam beberapa tahun terakhir minat konsumen pada merek tersebut turun stabil pada level yang lebih rendah. Fenomena ini tercermin di media sosial (Tiktok) melalui berbagai keluhan terkait kualitas produk, harga yang dianggap cukup tinggi yang berpotensi menurunkan citra merek, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Compass (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan). Populasi Penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan yang pernah membeli sepatu Compass, dengan jumlah sampel 89 yang ditentukan menggunakan rumus slovin. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0.573. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa persepsi harga, persepsi kualitas dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0.000. Secara parsial persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0.029 dan nilai kontribusi 13,7 %. Persepsi kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0.042 dan nilai kontribusi sebesar 15,7%, citra merek secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0.000 dan nilai kontribusi sebesar 27,8%.

Kata Kunci: persepsi harga, persepsi kualitas, citra merek, keputusan pembelian.