

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU
ADIDAS DI KOTA SINGARAJA**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU
ADIDAS DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

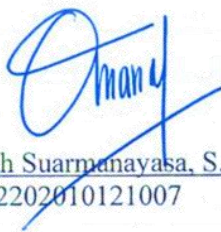
SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Skripsi oleh M. Fadhil

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal : 18 Juni 2025

Dewan Penguji,



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 18 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Adidas di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 02 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



M. Fadhil

NIM 2117041060

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah S.W.T, atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Adidas di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd, Selaku rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku koordinator prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Rahutama Atidira, M.M. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. Selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M. selaku penelaah yang telah memberikan bimbingan, arahan petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Bapak & Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
10. Staf dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
11. Orang tua tercinta, abah (Imam Ruyani) dan umi (Munifah) yang tidak hentinya selalu memberikan semangat dan dorongan moral untuk penulis, serta selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti.
12. Terima kasih kepada diri sendiri, karena telah berjuang sampai dengan titik ini tanpa pernah berpikir untuk menyerah dan telah bertahan hingga saat ini, skripsi ini dibuat semaksimal mungkin dengan segala keterbatasan yang ada, saya bangga kepada diri saya dan orang tua tercinta.
13. Kepada orang spesial yang selalu mendukung dan memberi semangat Sonia Oktapiani, yang telah menemani penulis dari proposal hingga skripsi ini selesai.
14. Kepada sahabat dan teman-teman saya baik yang di Negara dan Singaraja yang senantiasa membantu dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis dan semua teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 18 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	I
ABSTRAK	III
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Minat Beli	13
2.1.1 Pengertian Minat Beli.....	13
2.1.2 Indikator Minat Beli	14
2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	17
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	17
2.3 Kualitas Produk.....	18
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	20

2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	22
2.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.5.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	26
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	27
2.5.3 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	27
2.6 Kerangka Berpikir.....	28
2.7 Hipotesis Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2 Rancangan Penelitian	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	34
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Data Responden.....	43
4.2 Pengujian Asumsi	45
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.5 Pengujian Hipotesis	51

4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	51
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	52
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	52
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	53
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	56
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	60
4.7 Keterbatasan	61
4.8 Implikasi	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Rangkuman	63
5.2 Simpulan	64
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Sepatu pada Toko Shoes Look Singaraja Tahun 2024	5
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	38
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Profesi/Status.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Tren lari di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data <i>Top Brand Indeks</i> dalam kategori Sepatu tahun 2020-2024 di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	29
Gambar 4.1 Grafik <i>P-plot of Regression Standardized Residua</i>	46
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatteplot</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 02 Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
Lampiran 03 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0	
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 04 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 25.0	
Uji Asumsi Klasik	91
Lampiran 05 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> versi 25.0	
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	93
Lampiran 06 Dokumentasi Penelitian.....	95

