

SKRIPSI

**“ PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VANS ”**



DISUSUN OLEH :

KENNY PRAHARA NDAPANANDJAR

11150064

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kenny Prahara Ndapanandjar
NIM : 11150064
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

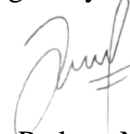
“pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 20 April 2021

Yang menyatakan



(Kenny Prahara Ndapanandjar)

11150064

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Oleh:

Kenny Prahara Ndapanandjar

11150064

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGASAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VANS.

Telah diajukan oleh dan dipertahankan oleh:

Kenny Prahara Ndapanandjar
11150064

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana manajemen pada tanggal 9 April 2021.

Nama Dosen

Tandatangan

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Dosen Pembimbing/Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 23 April 2021

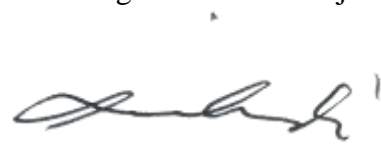
Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M. Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VANS YOGYAKARTA.”**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI bahwa hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia disanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 24 Maret 2021



Kenny Prahara Ndapanandjar (11150064)

HALAMAN MOTTO

“Segala perkara dapat ku tanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”

Filipi 4:13

“Belajar tanpa berpikir itu tidaklah berguna, tapi berpikir tanpa belajar itu sangatlah berbahaya!”

Ir. Soekarno

“Gantungkan cita-cita mu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang.”

Ir. Soekarno

Belajarlah untuk sadar, bukan untuk pintar dan bukan juga untuk cerdas.

Kenny Ndapanandjar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk orang tua saya yaitu : bapak Melky Umbu Hunggar dan Marthinus Ndapanandjar. Serta ibu Rambu Anarara Samani dan Martha Loda Nanggi.
2. Seluruh keluarga saya.
3. Untuk dosen pembimbing saya Yaitu Bapak Andreas Sukoco.
4. Kepada Sahabat Saya Agung, Gerry, Ayub, Bram, Vegas, Rendy, Nathan ,Haris, nando, Jeff, Andri Kalumbang, dan Johan Bombo.
5. Semua pihak yang telah memabantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MERE VANS”**

Salah satu persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana di universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapatkan dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Oleh karena itu, dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasas terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Dosen Pembimbing saya Dr. Andreas Ari Sukoco, SE, M.M., M.Min. yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyusun skripsi. Terimakasih atas segala bantuan, ilmu, masukan, motivasi dan kesabaran dalam membantu penyusunan skripsi ini.
4. Kepada orang tua saya yang sangat saya sayangi, yang telah mendukung saya baik secara materi dan doa.
5. Untuk sahabat saya yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada saya.

6. Untuk saudara-saudara seperjuangan Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia Yogyakarta yang telah membantu saya dalam segala hal untuk mengerjakan skripsi ini.
7. Untuk semua yang telah membantu saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

©UKDW

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGAJUAN | ii |
| HALAMAN PENGASAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN MOTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| ABSTRAK..... | xii |
| <i>ABSTRACT</i> | xiv |
| BAB 1..... | 15 |
| PENDAHULUAN..... | 15 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 15 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 17 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 18 |
| 1.5 Batasan Masalah | 19 |
| BAB II..... | 20 |
| TINJUAN PUSTAKA | 20 |
| 2.1 Landasan Teori | 20 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 27 |
| 2.4 Kerangka Penelitian | 28 |
| BAB III | 29 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | 29 |
| 3.2. Sumber Data..... | 29 |
| 3.3. Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.4. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| 3.5. Teknik Penentuan Sampel | 31 |
| 3.6. Definisi Oprasional Variable dan Pengukuranya..... | 32 |
| 3.7. Uji Instrumen Penelitian | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 3.8. Uji Statistik..... | 39 |
| BAB IV | 42 |
| ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 42 |
| 4.1 Profil responden penelitian | 43 |
| 4.2 Uji instrumen Penelitian..... | 47 |
| 4.3 Pengujian Hipotesis | 52 |
| 4.4 Pembahasan..... | 58 |
| BAB 5..... | 61 |
| PENUTUP | 61 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 61 |
| 5.2. Keterbatasan penelitian..... | 62 |
| 5.3. Saran | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN 1 | 69 |
| DATA REKAP RESPONDEN | 69 |
| LAMPIRAN 2 | 82 |
| HASIL OLAH DATA SPSS | 82 |
| UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS..... | 82 |
| LAMPIRAN 3 | 89 |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | 89 |
| LAMPIRAN 4 | 90 |
| KARTU KONSULTASI | 90 |
| LAMPIRAN 5 | 91 |
| LEMBAR REVISI UJIAN PENDADARAN | 91 |
| LAMPIRAN 6 | 92 |
| REVISI JUDUL SKRIPSI..... | 92 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| TABEL 2.1..... | 26 |
| Penelitian terdahulu | 26 |
| TABEL 3.1..... | 33 |
| Tabel 4.1 | 43 |
| Profil responden berdasarkan jenis kelamin | 43 |
| Tabel 4.2 | 44 |
| Profil responden berdasarkan usia | 44 |
| Tabel 4.3 | 45 |
| Tabel responden berdasarkan pekerjaan..... | 45 |
| Tabel 4.4 | 46 |
| Tabel responden berdasarkan pengeluaran..... | 46 |
| Tabel 4.5 | 46 |
| Tabel responden berdasarkan berapa kali memakai sepatu vans | 46 |
| Tabel 4.6 | 48 |
| Uji Validitas | 48 |
| Tabel 4.8 | 50 |
| Hasil uji reabilitas variabel kualitas produk..... | 50 |
| Tabel 4.9 | 51 |
| Hasil uji reabilitas variabel gaya hidup konsumen | 51 |
| Tabel 4.10 | 51 |
| Hasil uji reabilitas variabel keputusan pembelian | 51 |
| Tabel 4.11 | 52 |
| Hasil Regresi Linier Berganda | 52 |
| Tabel 4.12 | 54 |
| Koefisien Determinan..... | 54 |
| Tabel 4.13 | 56 |
| Hasil Uji F | 56 |
| Tabel 4.14 | 57 |
| Hasil Uji t..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| gambar 2.1 Kerangka Penelitian..... | 26 |
|--|-----------|

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik Purposive sampling dengan metode Non-probability sampling dengan pengukuran variabel menggunakan skala likert. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan gaya hidup sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Angka Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 57.4%. Menunjukkan bahwa 57.4% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 42.6% persen dijelaskan oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu variabel citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji t dapat diketahui pula bahwa ketiga variabel independen tersebut di atas secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, Gaya Hidup dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine whether brand image, product quality and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions for Vans brand shoes. The sample in this study was 100 respondents and the sampling technique used was purposive sampling technique with non-probability sampling method with measurement variables using a Likert scale. The data analysis method in this research is validity test, reliability test, multiple linear regression test, determination coefficient test (R^2), F test and t test. The independent variables in this study are brand image, product quality and lifestyle, while the dependent variable is the purchase decision.

The Adjusted R Square figure obtained is 57.4%. shows that 57.4% of the decision variables can state that the three variables are independent in the equation. While the remaining 42.6% percent pleases by other variables outside the three variables used in this study. Furthermore, the F test shows that the three independent variables studied, namely the variable brand image, product quality and style are proven simultaneously to have a significant effect on the dependent variable of purchasing decisions. Then through the test it can also be seen that the three variables above partially also have a significant effect on the trend variable, namely the purchase decision.

Keywords: brand image, product quality, lifestyle and purchasing decisions.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini jika kita berbicara gaya hidup, fashion adalah salah satu yang termasuk dalam urutan gaya hidup, Fashion saat ini tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, namun lebih dari itu fashion menjadi salah satu gaya hidup. karena di jaman yang serba digital sekarang ini setiap orang mau menunjukkan atau mencitrakan dirinya agar terlihat menarik di kehidupan sekelilingnya bahkan punya hasrat untuk bisa di kenal dan di puji semua orang, Fashion seolah-olah telah menjadi sebuah ciri khas dan kepribadian masyarakat luas dan banyak dari para pengiat fashion yang menjadikan itu bukan hanya sekedar hobby atau gaya hidup saja, bahkan di jadikan sebuah peluang untuk berbisnis karena pangsa pasarnya begitu besar.

Sepatu sneakers menjadi salah satu produk fashion dan alas kaki yang paling diminati banyak orang, Tak hanya terasa sangat nyaman ketika dipakai, sneakers juga punya beragam model yang trendi dan stylish. Salah satunya adalah sepatu merek Vans, sepatu yang pada awal mulanya di temukan Paul Van Doren dan Jim Van Doren basudara dengan rekannya Gardon Lee dan Serge Deliee yang memulai usahanya di 704 E, Broadway di Anahiem, california pada tanggal 16 maret 1966 ini sekarang menjadi brand yang bisa di bilang menjadi salah satu brand sepatu terkenal. Tampilannya yang sederhana, enak dipakai, dan nyaris sangat murah membuat sepatu ini banyak disukai. Bagi para kolektor Vans menjadi sepatu penting karena banyak seniman atau perusahaan street wear yang berkolaborasi dengan mereka. Fashion dengan pengaruh subkultur skateboard menjadi sesuatu yang dianggap keren celana gomborong, hoodie, dompet berantai, topi truk, dan kaos kegedean. Vans menjadi salah satu merek yang hadir paling

awal merespons ini. Mereka menggunakan bahan karet untuk membuat sepatu yang nyaman dipakai saat bermain skateboard. Penampilan yang bagus, sederhana, dan tidak rumit membuat Vans bisa digunakan untuk segala suasana.

Untuk itu dalam menghadapi persaingan, cara yang digunakan produsen dalam meningkatkan penjualan sepatu Vans adalah dengan meningkatkan aspek-aspek yang ada pada suatu produk, guna menjadikan ketertarikan dan minat beli konsumen. Salah satu aspek-aspek dalam suatu produk yang harus ditingkatkan adalah merek. Menurut Kotler dan Keller (2009:258) “Merek adalah nama, istilah, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikan mereka dari para pesaing.” Menurut Tjiptono (2005:49) “Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu, citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan, di asosiasi atau di ingatan konsumen.” Tidak hanya citra merek aspek lain pun yang perlu di perhatikan adalah kualitas dari sepatu Vans tersebut, Menurut Philip Kotler (2002:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Disamping itu juga Vans harus mampu melihat gaya hidup konsumen, Menurut Kotler (2001:177) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya sehingga menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu menganalisis gaya hidup konsumen, agar mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Semakin banyak pesaing sepatu Vans dengan merek-merek ternama dan kualitas berkelas, dengan menawarkan model-model berkelas untuk memenuhi gaya hidup konsumen. Untuk itulah penulis tertarik ingin meneliti dan mengetahui tentang keputusan pembelian masyarakat atau konsumen kepada sepatu merek vans.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VANS”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka penulis, merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah variable dari citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepatu merek Vans ?
- b. Apakah variable dari kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans?
- c. Apakah variable gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans?
- d. Apakah variable citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui variable dari citra merek sepatu Vans berpengaruh terhadap keputusan pembelian .

- b. Untuk mengetahui variable dari kualitas produk dari sepatu Vans berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk mengetahui variable dari gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu vans.
- d. Untuk mengetahui variable citra merek,kualitas produk,dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat untuk Peneliti

Dapat mengetahui dan mempunyai pengalaman didalam bidang riset, sehingga di masa depan penulis bisa melakukan penelitian sendiri jika adanya kebutuhan. Dan ada juga manfaat kecerdasan emosional yang di dapat oleh penulis,baik dalam berupa revisi dan kritik, oleh sebab itu faktor-faktor inilah yang menyebabkan kecerdasan emosional itu semakin terasa, dan penulis juga lebih mendalami tentang produk sepatu Vans ini, yang dimana, penulis adalah salah satu dari sekian banyak pencinta produk sepatu Vans.

- b. Manfaat untuk perusahaan

Dari penelitian ini di harapkan berguna dan bermanfaat untuk perusahaan,agar perusahaan bisa mengetahui dan bisa menganalisis perilaku konsumen dengan lebih mudah.

- c. Manfaat bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan untuk di pergunakan menambah wawasan dan pengetahuan di bidang menejemen marketing untuk keperluan riset yang selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang di teliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dan di sekitar toko Vans plaza Ambarukmo.
- b. Responden yang di butuhkan adalah masyarakat Yogyakarta baik Mahasiswa/I, pegawai, wirausaha, dll.
- c. Profil responden jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran, dan beberapa kali memakai sepatu Vans.
- d. Responden adalah yang telah membeli dan memakai sepatu Vans.
- e. Variable yang digunakan ada 4 yaitu: citra merek, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian.
- f. Jumlah responden adalah 100 masyarakat atau konsumen yang pernah membeli dan memakai produk sepatu Vans yang dipilih secara acak.

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan dengan penelitian yang berjudul “pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Vans” yang dilakukan dengan menggunakan pengujian sampel kuesioner kepada 100 orang responden yang merupakan pengguna yang sedang atau pernah menggunakan sepatu merek vans. Maka di tarik kesimpulan bahwa:

- a) Dalam penelitian ini dilihat bahwa responden yang mendominasi penggunaan sepatu merek Vans adalah pria mendominasi sebanyak 55%,berusia >20-25 tahun sebanyak 63%, pekerjaan mahasiswa sebanyak 51%, pengeluaran >Rp 1.000.000-2.000.000; sebanyak 35% dan yang terakhir frekuensi beberapa kali pemakaian sepatu di dominasi 1-5 kali sebanyak 63%.

- b) Berdasarkan hasil dari penelitian yang menggunakan teknik purpose sampling dan pengukuran variabel menggunakan skala likert bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Vans. Dari hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Vans. Sehingga semakin membaiknya Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup maka keputusan pembelian sepatu merek Vans juga semakin meningkat.

5.2. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

Responden dan variabel penelitian bersifat terbatas, masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan praktis dan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- a) Bagi pelaku usaha diharapkan lebih membranding Citra Merek sepatu Vans agar lebih kompetitif. kualitas produk terus di pertahankan dan lebih diperbaharui agar semakin baik dan berkelas. Dan pelaku usaha harus lebih peka terhadap kemajuan jaman dan perubahan sosial agar dapat terus mengikuti pola dan trend jaman.
- b) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambah variable lain sehingga dapat memperkaya cakupan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administras Bisnis*, 73(1), 118-124.
- Azhari, A. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Aini, G. N., & Hadi, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Citra Merek Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga di Kudus Tahun 2018. *Journal of Sport Coaching and Physical Education*, 4(1), 43-47.
- Andromeda, N. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WIPOLE 5 IN 1 DI GRIYA TOSERBA SUNDA BANDUNG* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Buroidah, T. (2013). *Pengaruh Motivasi Terhadap Semangat Kerja Pada Guru Dan Karyawan SMK Pancasila 1 Kutoarjo* (Doctoral dissertation, Pend. Ekonomi).
- Damanik, M. N. J. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI XPOSE JERSEY BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- DWI, A. W. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "PRODUK BATIK MUKTI RAHAYU" DI KABUPATEN MAGETAN* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ependi, R., & Subkhan, M. (2019). *PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU FUTSAL SPECS (Studi Kasus Pada Produk Sepatu Futsal Specs)* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Marchiani, N. D., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 324-332.
- Marcelino, K. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Putri, S. S. (2019). *Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Return Saham (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012–2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Rucitasari, F. W. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK PEDAS KARUHUN (SURVEI PADA KONSUMEN JL PHH MUSTAFA NO. 19 BLOK C)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).

TUNAI, D. U. B. N., & FAUZIA, A. F. (2015). PENGARUH USIA, PENDAPATAN, PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN KARTU.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44-48

Waskito, A. (2019). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT ONLINE (FINTECH)(Studi Pada Fintech Akulaku)* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).

©UKDAN