

**PENGARUH *HEALTHY LIFE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
OLAHRAGA MEREK LOCAL DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



OLEH :

HAFIYYAN VALDA YULANGGA

NIM 20022000039

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2024**

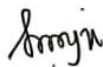
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hafiyyan Valda Yulangga
Nomor Pokok : 20022000039
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH HEALTHY LIFE DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU OLAHRAGA MEREK LOCAL DI KOTA
MALANG**

Malang, 26 Juli 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



IRANY WINDHYASTITI, SE., MM
NIDN. 0010017407

Dosen Pembimbing,



DR. SYAIFUL ARIFIN SE, M.Si
NIDN. 0715077101



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
PROF. DR. FAJAR SUPANTO, M.Si.
NIDN. 0724046901

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *HEALTHY LIFE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK LOCAL DI
KOTA MALANG**

Oleh :

HAFIYYAN VALDA YULANGGA
20022000039

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 26 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


DRS. KAMALUDDIN, MM.

NIDN. 0712056301


IRANY WINDHYASTITI, SE., MM.

NIDN. 0010017407

Dosen Pembimbing


DR. SYAIFUL ARIFIN SE, M.Si

NIDN. 0715077101

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis

Malang, 26 Juli 2024

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis


PROF. DR. FAJAR SUPANTO, M.Si.
NIDN. 0724046901

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Hafiyyan Valda Yulangga
Nomor Pokok : 20022000039
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HEALTHY LIFE DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
OLAHRAGA MEREK LOKAL DI KOTA MALANG
Lokasi/Tempat Penelitian : Kota Malang
Alamat Rumah Asal : Jl. Gunung dempo No.14 BSD Bontang, Kaltim.
No. Telp / HP : 081252045784

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar – benar melakukan penelitian dan penulisan kripsi tersebut diatas adalah benar – benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Juli 2024

Peneliti,



Hafiyyan Valda Yulangga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hafiyyan Valda Yulangga

Nomor Pokok : 20022000039

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat Dan Tgl. Lahir : Bontang, 7 Oktober 1997

Alamat : Jl. Gunung Dempo No.14 BSD Bontang, Kaltim

Nama Orang Tua (Ayah) : Gatot Subur

(Ibu) : Nurwahyuni

Riwayat Pendidikan : SD1 Yayasan pupuk kaltim

SMP Yayasan pupuk kaltim

SMA Yayasan pupuk kaltim

Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT sang maha segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayaNya sehingga saya mampu menyelesaikan Skripsi yang Berjudul **“PENGARUH HEALTHY LIFE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK LOKAL DI KOTA MALANG”** ini tepat pada waktunya, Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa aktivitas ini dapat berjalan dengan baik serta penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa, karena karena berkat Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Prof. Dr. Anwar Sanusi, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
3. Prof. Dr. Fajar Supanto SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Irany Windhyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Merdeka Malang.
5. Dr. Syaiful Arifin SE,M.SI selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, tenaga, kesbaran dan bimbingan yang bermafaat hingga terselesaikan penyususnan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi Ilmu pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.
7. Bapak selaku orang tua yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan lancar, dan ibu yang telah berpulang di desember 2023 yang membuat saya semakin yakin untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Teman Perempuan yang pernah dekat dan telah memberikan banyak pemikiran kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Teman-Teman ku terutama zahril dan oka yang selalu memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini
10. Dan saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena telah mampu dan dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini hingga akhir
11. Seluruh Pihak yang berperan secara langsung atau tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari dalam Skripsi ini masi terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan dalam perbaikan dikemudian hari. Namun demikian, besar harapan penulis bila skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat

Malang, 26 Juli 2024

Hafiyyan Valda Yulangga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan pembelian.....	9
2. <i>Healthy Life</i>	17
3. Sepatu Olahraga.....	17
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	18
5. Komponen <i>Brand Image</i>	22
6. Faktor yang mempengaruhi Citra Merek	23
B. Penelitian terdahulu yang relevan.....	25
C. Kerangka Berpikir	27
D. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Ruang Lingkup Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel.....	29
C. Definisi Operasional Variabel.....	30
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
3. Teknik Pengambilan Sampel	32
E. Sumber dan Jenis Data.....	33
1. Data Primer	33
2. Data Sekunder	33
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Deskripsi Responden	40
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	42

3. Deskripsi Variabel Penelitian	46
4. Uji Asumsi Klasik.....	59
5. Analisis Regresi Berganda.....	63
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
7. Pengujian Hipotesis.....	66
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
1. Pengaruh <i>Healthy Life</i> dan <i>Brand Image</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	67
2. Pengaruh <i>Healthy Life</i> dan <i>Brand Image</i> Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	70
3. <i>Healthy Life</i> Berpengaruh Dominan terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2 Variabel dan Indiakator	30
Tabel 3 Skala Likert	35
Tabel 4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 5 Karakteristik Responden Menurut Usia	40
Tabel 6 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	41
Tabel 7 Ringkasan Hasil Uji Validitas Masing-masing Variabel.....	43
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Masing-masing Variabel.....	45
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Healthy Life</i> (X1)	46
Tabel 10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	50
Tabel 11 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 13 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	82
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	86
Lampiran 3. Uji Validitas	98
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	102
Lampiran 5. Statistik Deskriptif.....	105
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 7. Analisis Regresi Berganda	117
Lampiran 8. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	119
Lampiran 9. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	120
Lampiran 10. Surat Keterangan Cek Plagiasi.....	121
Lampiran 11. Hasil Cek Plagiasi.....	122

ABSTRAK

Yulangga, Hafiyyan Valda. 2024. **PENGARUH *HEALTHY LIFE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK LOCAL DI KOTA MALANG**. Tugas Akhir, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Merdeka. Pembimbing : (1) Dr. Syaiful Arifin Se,M.Si.

Di era modern ini, dunia olahraga sangat digemari dan menjajikan suatu peluang untuk membuka bisnis baru di Indonesia. Diantara berbagai macam produk fashion, sepatu merupakan salah satu produk yang paling digemari dikalangan masyarakat Indonesia. Mulai dari jenis sepatu *hells*, *Wedges*, *flat shoes*, *sneakers*, *oxfords*, *loafers*, *boots*, *dsb*. Sepatu olahraga yang semakin giat dan selalu membuat inovasi terbaru dalam menghasilkan produk sepatu olahraga yang berkualitas sehingga semua orang mengakui kehandalan produk Sepatu olahraga local. Namun demikian, produk sepatu olahraga lokal masih saja dipandang sebelah mata oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui dominan manakah di antara *healthy life* dan *brand image* yang berpengaruh Keputusan pembelian Sepatu olahraga merek local di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuisisioner yang diberikan kepada pengguna Sepatu olahraga *merk local* di Kota Malang. Hipotesis dari penelitian ini adalah Terdapat pengaruh simultan terhadap *healthy life* dan *brand image* dalam keputusan pembelian Sepatu olahraga merek local di Kota Malang, terdapat pengaruh parsial terhadap *healthy life* dan *brand image* dalam keputusan pembelian Sepatu olahraga merek local di Kota Malang dan *Healthy life* berpengaruh dominan terhadap Keputusan pembelian Sepatu olahraga brand local di Kota Malang. Hasil dari penelitian ini *Healthy Life* dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal di Kota Malang. Kemudian secara parsial *Healthy Life* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Lokal di Kota Malang, *Brand image* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal di Kota Malang dan *Healthy life* berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal di Kota Malang. Pada uji korelasi didapatkan hasil yang signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$ yang berarti semua variabel yang diuji terhadap pembelian.

Kata Kunci : Sepatu, Merk Lokal, *Healthy Life*, *Brand Image*, Olahraga.

ABSTRACT

Yulangga, Hafiyyan Valda. 2024. **THE INFLUENCE OF HEALTHY LIFE AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR LOCAL BRAND SPORTS SHOES IN MALANG**. Final Project, S1 Management Study Programme, Faculty of Economics and Business, Universitas Merdeka. Supervisor: (1) Dr Syaiful Arifin Se, M.Si.

In this modern era, the world of sports is very popular and presents an opportunity to open a new business in Indonesia. Among the various fashion products, shoes are one of the most popular products among Indonesians. Starting from the types of shoes heels, wedges, flat shoes, sneakers, oxfords, loafers, boots, etc. Sports shoes are increasingly active and always make the latest innovations in producing quality sports shoe products so that everyone recognises the reliability of local sports shoe products. However, local sports shoe products are still underestimated by the public. The purpose of this study was to determine which dominant among healthy life and brand image influences the decision to purchase local brand sports shoes in Malang City. This study uses a questionnaire method given to users of local brand sports shoes in Malang City. The hypothesis of this study is that there is a simultaneous influence on healthy life and brand image in the purchase decision of local brand sports shoes in Malang City, there is a partial influence on healthy life and brand image in the purchase decision of local brand sports shoes in Malang City and Healthy life has a dominant effect on purchasing decisions for local brand sports shoes in Malang City. The results of this research Healthy Life and Brand Image simultaneously influence the decision to purchase local brand sports shoes in Malang City. Then partially Healthy Life has an effect on Purchasing Decisions for Local Brand Sports Shoes in Malang City, Brand image has a very significant influence on purchasing decisions for local brand sports shoes in Malang City and Healthy life has a dominant effect on purchasing decisions for local brand sports shoes in Malang City. In the correlation test, significant results were obtained with a value of $0.000 < 0.05$, which means that all variables tested on purchases.

Keywords : Shoes, Local Brands, Healthy Life, Brand Image, Sports.