



UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA

*Unipa Surabaya*

**SKRIPSI**

**Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan  
Product Knowledge Terhadap Purchase  
Intention Pengguna Sepatu Vans di Sidoarjo**

Vira Rizky Arestania  
151500227

Dosen Pembimbing  
I Made Bagus Dwiartha, S.E., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
2019



PEN GARUH BRAND IMAGE, PRODUC T  
QUALITY, DAN PRODUC T KNOWLEDGE TER HADAP  
PURCHASE INTENTION PENGGUNA SEPA TU VANS  
DI SIDOARJO

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

VIR A RIZKY ARIESTANIA

NIM : 151500227

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2019

Halaman Lembar Persetujuan Skripsi

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing layak  
untuk diuji pada :

Tanggal : 09 April 2019

Dosen Pembimbing,

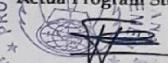
I Made Bagus Dwiarta,S.E.,M.M  
NIP : 1109598/DY

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Sepatu Vans di Sidoarjo

Identitas Mahasiswa

- a. Nama Mahasiswa : Vira Rizky Arestania  
b. NIM : 151500227  
c. Program Studi : Manajemen  
d. Fakultas : Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya  
e. Alamat E-mail : [viraarestania06@gmail.com](mailto:viraarestania06@gmail.com)

UNIVERSITAS PGRI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
Mengetahui,  
Ketua Program Studi  


Surabaya, 09 Mei 2019  
Dosen Pembimbing,

Tony Susilo Wibowo, S.E, MPD, MSM.  
NPP : 0709494/DY

Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NIP : 1109598/DY



### **BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

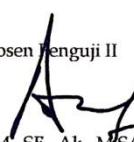
Skripsi ini telah diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pada Hari : Minggu

Tanggal : 28 April

Tahun : 2019

Mengetahui,  
Dosen Penguji I  
  
Dra. Siti Istikoroh.,M.Si  
NIP : 196710191992032001

Dosen Penguji II  
  
Dr. Moh. Afrizal M., SE., Ak., MSA., CA.,ACPA  
NPP : 1509745/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vira Rizky Ariestania

NIM : 151500227

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Sepatu Vans di Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018-2019 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia untuk dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 09 April 2019

Mahasiswa,



Vira Rizky Ariestania

NIM : 151500227

## KA T A P E N G A N T A R

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul *"Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Pengguna Sepatu Vans Di Sidoarjo"*, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaiakan kepada yang terhormat :

1. Drs. Djoko Adi Walujo, S.T., M.M., DBA. Selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.PD., M.SM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. I Made Bagus Dwiartha, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi dan pendamping penulisan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi dengan sangat sabar dan memprioritaskan mahasiswa dengan sebaik-baiknya (khususnya saya). Terimakasih sayang ucapan karena beliau sudah membuat saya dan rekan-rekan satu bimbingan tidak pernah merasa kesulitan dalam masalah apapun. Semua dibantu dengan sebaik-baiknya.
5. Dr, Fachrudly Asj'ari, M.M., S.Psi Selaku dosen pembimbing tidak terduga, terimakasih banyak telah

meluangkan waktunya untuk memberikan arahan khususnya dalam pelaksanaan bab IV.

6. Bapak / Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan
7. Kedua orang tuaku yaitu Bapak Sutrisno dan Ibu Erny Yuliati yang telah memberikan do'a setiap hari, motivasi, semangat, biaya dan dukungan kepada penulis dari awal sampai penulisan skripsi ini selesai.
8. Adikku Muhammad Adrian Maulana yang selalu mendukung meskipun kadang sering merepotkan.
9. Alm h. nenekku Sudarmi terimakasih atas segala doa dan dukungan yang sudah diberikan setiap hari sampai nenek menghembuskan nafas terakhirnya tepat 2 bulan sebelum skripsi ini dikerjakan.
10. Alm . Kakekku Paring Purnomo terimakasih atas segala doa dan dukungan yang sudah diberikan setiap hari sampai kakek menghembuskan nafas terakhirnya tepat 1 tahun sebelum skripsi ini dikerjakan.
11. Aryo Bagus Pamungkas yang sudah menemani saya sejak semester 3 dan selalu bersedia untuk saya reportakan ketika begadang tengah malam untuk mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas waktu dan perhatian yang sudah diberikan selama ini sampai skripsi ini selesai dikerjakan.
12. MM C (Alana Sevinia dan Inne Dw i Prestiana) terimakasih atas waktu dan bantuan yang telah diberikan. Khususnya pada saat bimbingan skripsi kita selalu bersama.

13. Teman-teman satu bimbingan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bentuk bantuan nya.
14. Teman-teman Marketing Jargo'ssquad (Inne, Alana, Mega, Yunia, Diyan, Lydia) terimakasih atas segala bantuan nya.
15. Teman kelas satu perjuangan (Manajemen B) terimakasih atas segala bantuan nya.
16. Teman KK N Desa Bening, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto terimakasih atas segala dukungan dan motivasinya.
17. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2015 terimakasih atas segala pelajaran yang sudah diberikan dan terimakasih atas segala bentuk bantuan nya.
18. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sampai penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis sadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat imbalan yang sepadan dari Tuhan yang Maha Esa, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amien.

Surabaya 6 April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

### Halaman

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....               | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....         | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....          | iii  |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....  | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... | v    |
| KATA PENGANTAR .....              | vi   |
| ABSTRACT .....                    | vii  |
| ABSTRACT .....                    | viii |
| DAFTAR ISI .....                  | ix   |
| DAFTAR TABLE .....                | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR .....               | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....             | xvi  |

### BAB I PENDAHULUAN

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....     | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....    | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian ..... | 8 |

### BAB II TELAAH PUSTAKA

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                    | 9  |
| 2.2 Landasan Teori                                |    |
| 2.2.1 Manajemen pemasaran .....                   | 15 |
| 2.2.2 Perilaku konsumen .....                     | 16 |
| 2.2.3 Brand Image .....                           | 17 |
| 2.2.3.1 Pengertian brand image .....              | 17 |
| 2.2.3.2 Faktor-faktor pembentuk brand image ..... | 19 |

|  |    |
|--|----|
| 2.2.3.3 Pengukuran brand image .....   | 19 |
| 2.2.3.4 Indikator brand image.....   | 20 |
| 2.4.1 Product quality  |    |
| 2.2.4.1 Pengertian product quality.....  | 21 |
| 2.2.4.2 Indikator product quality .....  | 23 |
| 2.2.5 Product knowledge  |    |
| 2.2.5.1 Pengertian product knowledge .....   | 24 |
| 2.2.5.2 Indikator product knowledge .....  | 25 |
| 2.2.6 Purchase intention   |    |
| 2.2.6.1 Pengertian purchase intention .....  | 26 |
| 2.2.6.2 Indikator purchase intention .....   | 26 |
| 2.2.7 Hubungan antar variabel  |    |
| 2.2.7.1 Pengaruh brand image terhadap<br>purchase intention .....  | 27 |
| 2.2.7.2 Pengaruh product quality terhadap<br>purchase intention .....  | 28 |
| 2.2.7.3 Pengaruh product knowledge terhadap<br>purchase intention .....                                      | 28 |
| 2.2.7.4 Pengaruh brand image, product quality,<br>dan product knowledge terhadap<br>purchase intention ..... | 28 |
| 2.3 Kerangka Konseptual.....   | 29 |
| 2.4 Hipotesis.....   | 31 |
| 2.4.1 Brand image berpengaruh positif dan signifik an<br>terhadap purchase intention .....                   | 31 |
| 2.4.2 Product quality berpengaruh positif dan signifik an<br>terhadap purchase intention .....               | 32 |
| 2.4.3 Product knowledge berpengaruh positif dan signifik an<br>terhadap purchase intention .....             | 32 |

|  |    |
|--|----|
| 2.4.4 <i>Brand image, product quality, dan product knowledge berpengaruh secara simultan terhadap purchase intention</i> ..... | 33 |
|--|----|

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Rancangan Penelitian.....                             | 35 |
| 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel       |    |
| 3.2.1 Populasi.....                                       | 37 |
| 3.2.2 Sampel.....   | 37 |
| 3.2.3 Teknik pengambilan sampel.....                      | 38 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data                                 |    |
| 3.3.1 Jenis data .....                                    | 38 |
| 3.3.2 Sumber data .....                                   | 39 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data                               |    |
| 3.4.1 Kuesioner.....                                      | 39 |
| 3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data .....                     | 39 |
| 3.4.3 Skala Pengukuran .....                              | 40 |
| 3.4.4 Jadwal Penelitian .....                             | 40 |
| 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel |    |
| 3.5.1 Variabel Penelitian .....                           | 41 |
| 3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....                  | 41 |
| 3.6 Teknik Analisis Data                                  |    |
| 3.6.1 Pengujian instrumen penelitian .....                | 43 |
| 3.6.2 Pengujian asumsi klasik .....                       | 44 |
| 3.6.3 Analisa regresi linear berganda.....                | 45 |
| 3.6.4 Pengujian hipotesis.....                            | 45 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian                  |    |
| 4.1.1. Profil Vanshead (Komunitas Sepatu Vans) ..... | 47 |

|  |    |
|--|----|
| 4.2. Gambaran Umum Responden   |    |
| 4.2.1. Gambaran umum responden                                       | 49 |
| 4.2.1.1 Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin             | 49 |
| 4.2.1.2 Identifikasi responden berdasarkan usia                      | 50 |
| 4.3. Deskripsi Data Penelitian                                       | 50 |
| 4.3.1. Distribusi frekuensi variabel penelitian                      | 50 |
| 4.3.1.1 Brand Image (X1)   | 50 |
| 4.3.1.2 Product quality (X2)   | 51 |
| 4.3.1.3 Product knowledge (X3)                                       | 52 |
| 3.1.4 Purchase intention (Y)   | 53 |
| 4.4. Analisis Data Penelitian  | 55 |
| 4.4.1. Uji instrumen penelitian                                      | 55 |
| 4.4.1.1 Uji validitas  | 55 |
| 4.4.1.2 Uji reliabilitas   | 57 |
| 4.4.2. Pengujian asumsi klasik                                       | 58 |
| 4.4.2.1 Uji normalitas   | 58 |
| 4.4.2.2 Uji multikolinieritas  | 59 |
| 4.4.2.3 Uji autokorelasi   | 60 |
| 4.4.2.4 Uji heterokedastisitas                                       | 61 |
| 4.4.3. Analisis regresi linear berganda                              | 63 |
| 4.4.4. Pengujian hipotesis   | 65 |
| 4.4.4.1 Uji t  | 65 |
| 4.4.4.2 Uji f  | 67 |
| 4.5. Pembahasan Hasil Penelitian                                     | 68 |
| 4.5.1 Pengaruh brand image (X1) terhadap purchase intention (Y)      | 69 |
| 4.5.2. Pengaruh product quality (X2) terhadap Purchase intention (Y) | 70 |

|   |    |
|---|----|
| 4.5.3 Pengaruh product knowledge (X3) terhadap purchase intention (Y).....  | 71 |
| 4.5.4 Pengaruh brand image (X1), product quality (X2), dan product Knowledge (X3) secara simultan terhadap purchase intention (Y) ..... | 71 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>   |    |
| 5.1. Kesimpulan .....   | 73 |
| 5.2. Saran .....  | 74 |
| <b>DATAR PUSTAKA</b> .....  | 75 |

## DAFTAR TABLE

| <b>Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Tabel 2.1 Relevansi Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan ..... | 13             |
| Tabel 3.1 Skala Likert.....  | 40             |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....  | 49             |
| Tabel 4.2 Usia Responden .....   | 50             |
| Table 4.3 Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1) .....                                   | 51             |
| Tabel 4.4 Deskriptif <i>Product Quality</i> (X2) .....                               | 52             |
| Tabel 4.5 Deskriptif <i>Product Knowledge</i> (X3) .....                             | 53             |
| Tabel 4.6 Deskriptif <i>Purchase Intention</i> .....                                 | 54             |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....  | 56             |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 57             |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas One-Sample<br>Kolmogorov-Smirnov Test .....           | 58             |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....   | 60             |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....  | 61             |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                                   | 63             |
| Tabel 4.13 Interpretasi Koefisien Korelasi .....                                     | 65             |
| Tabel 4.14 Hasil Uji T .....   | 66             |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F .....   | 67             |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>G a m b a r</b>                     | <b>H a l a m a n</b> |
|--|----------------------|
| 1.1 Merek Sepatu Terbaik Dunia .....   | 3                    |
| 2.1 Kerangka Konseptual .....          | 30                   |
| 3.1 Rancangan Penelitian .....         | 36                   |
| 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas ..... | 62                   |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Matrik

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

Lampiran 4 Halaman Lembar Persetujuan Skripsi

Lampiran 5 Kuisioner

Lampiran 6 Daftar Hadir Seminar Proposal

Lampiran 7 Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden

Lampiran 8 Lampiran Output