

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU NIKE**

**(Studi kasus pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

**ALVIN**

**1702518017**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON NIKE SHOES PURCHASE  
DECISION***

***(Case study on Students of Universitas Negeri Jakarta)***

**ALVIN**

**1702518017**



***This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get the title of  
the Experts Associate at Marketing Management DIII Study Program Faculty of  
Economics Universitas Negeri Jakarta***

***DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

**2021**

## ABSTRAK

**Alvin, 2021, 1702518017; Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi pada Mahasiswa/I di Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada sepatu Nike. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 134 responden yang sudah pernah melakukan pembelian sepatu Nike. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu Nike. Ditunjukkan pada koefisien determinasi sebesar 0.200 (20%).

**Kata Kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian, Sepatu Nike, Mahasiswa**

## **ABSTRACT**

**Alvin, 2021, 1702518017; Influence of Brand Image on Nike Shoes Purchase Decision (Study on Students/I at Universitas Negeri Jakarta). Diii Marketing Management Study Program. Management Courses. Faculty of Economics. State University of Jakarta.**

*This research aims to: 1. The influence of brand image on purchasing decisions on Nike shoes. Data collection method using questionnaire. The sample in this study amounted to 134 respondents who had already purchased Nike shoes. The analysis method used is simple linear regression analysis. From the results of this study shows that the brand image has an influence on purchasing decisions on Nike shoes. Indicated in the coefficient of determination of 0.200 (20%).*

***Keywords: Brand Image, Purchasing Decisions, Nike Shoes, Student***

## LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A  
NIP. 197201252002121002



24 Mei 2021

Jakarta, 24 Mei 2021

Koordinator Program Studi

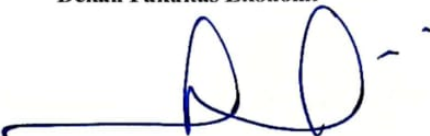



DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Solikhah, M.M  
NIP. 196206231990032001

## Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

### Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>			
			
<u>Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd</u> NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1	<u>Dra. Solikhah, M.M</u> NIP.196206231990032001		8 Juni 2021
	Penguji Ahli		
2	<u>Ika Febrilia, S.E., M.M</u> NIP.198702092015042001		7 Juni 2021
	Pembimbing		
3	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A</u> NIP. 197201252002121002		13 Juni 2021
Nama : Alvin No. Registrasi : 1702518017 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 4 Juni 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alvin

NIM : 1702518017

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul "**Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Nike**" ini adalah benar - benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Bekasi, 12 Mei 2021

Yang Membuat Pernyataan

  
ALVIN  
1702518017

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya karena berkat karunianya lah peneliti diberi kesehatan dan kelancaran untuk menyusun Proposal Karya Ilmiah ini. Tak lupa juga peneliti sampaikan shalawat serta salam kepada junjungan manusia terbaik sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW, yang karena kegigihannya dalam berjuang sehingga Islam dapat hadir pada diri Peneliti hari ini.

Proposal Karya Ilmiah ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama melaksanakan dan menyusun Proposal Karya Ilmiah, peneliti mendapat dukungan serta bantuan dari beberapa pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Karya Ilmiah ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing peneliti dalam menyusun karya ilmiah ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M selaku koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen-dosen DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan lainnya yang dapat bermanfaat kepada peneliti.
5. Teman – teman seperjuangan yang senantiasa menghibur dan memberikan dukungan dikala menghadapi kesulitan.

Jakarta, 13 Juni 2021

Peneliti