ABSTRAK

NUR ASHABUL KHAHFI. 2026. Pengaruh Citra Merek dan Nilai Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga pada Konsumen Toko X.ID Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Buyung Romadhoni dan Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan nilai konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga pada konsumen Toko X.ID Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Malhotra dengan teknik purposive sampling, yakni konsumen yang berdomisili di Kota Makassar, pernah melakukan pembelian sepatu olahraga melalui Toko X.ID Makassar minimal satu kali, dan berusia antara 18 hingga 35 tahun. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan secara daring melalui Google Form. Metode analisis yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 26. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 7,933 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel nilai konsumen (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,813 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 yang juga lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 67,074 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, yang berarti kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,514 mengindikasikan bahwa citra merek dan nilai konsumen mampu menjelaskan 51,4 persen variasi keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin kuat citra merek suatu produk sepatu olahraga dan semakin tinggi nilai yang dirasakan konsumen, maka semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Toko X.ID Makassar.

Kata Kunci: Citra Merek, Nilai Konsumen, Keputusan Pembelian.