

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK  
UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )**



**Oleh :**

**PANDU SATRIA ABDULLAH**

**NPM : 21.1.02.8.0092**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK  
UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )**



**Oleh :**

**PANDU SATRIA ABDULLAH**

**NPM : 21.1.02.8.0092**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK  
UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh :**

**PANDU SATRIA ABDULLAH**

**NPM : 21.1.02.8.0092**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK  
UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh:**

**PANDU SATRIA ABDULLAH  
NPM: 21.1.02.8.0092**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**

**Pada Tanggal 30 Agustus 2025**

**Susunan Tim Penguji:**

**Ketua : Prof. Dr. Triyonowati, M.Si.**

**Anggota : 1. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E. MM.**

**2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

**Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.**



**Prof. Dr. Suwitho, M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Prof. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Pandu Satria Abdullah**

N.P.M : **21.1.02.8.0092**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )**

Diajukan untuk diuji pada tanggal, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis ini, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja atau tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 30 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



**Pandu Satria Abdullah**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Pandu Satria Abdullah  
NPM : 21.1.02.8.0092  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 03 Mei 2003  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 1/1  
Alamat Rumah : Jl. Mawar, RT.2/RW.1, Kemendung, Sidoarjo  
Status : Mahasiswa

### B. ORANG TUA

Nama : Mohammad Didik Mulyadi  
Alamat Rumah/Telepon : Legok Permai Cluster Idesia, Kab. Tangerang  
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Pondok Jagung 3 Tangerang Selatan
2. Tamat SMP di SMP Negeri 15 Tangerang Selatan
3. Tamat SMA di SMA Yuppentek 1 Tangerang
4. Pendidikan Tinggi (PT)

| Nama PT | Tempat   | Semester | Tahun     | Keterangan |
|---------|----------|----------|-----------|------------|
| STIESIA | Surabaya | I-VIII   | 2021-2025 | -          |

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

| Tahun | Bekerja di | Pangkat/Golongan | Jabatan |
|-------|------------|------------------|---------|
| -     | -          | -                | -       |

Dibuat dengan sebenarnya oleh:

**Pandu Satria Abdullah**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam tujuan pemenuhan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND LOYALTY*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK UNIQLO ( STUDI PADA MAHASISWA DI SURABAYA )”**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Novianto Eko Nugroho, S.E., M.PSDM., selaku dosen wali yang membantu penulis sampai sejauh ini.
4. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan banyak arahan perihal pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staff STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dan arahan selama penulis menempuh perkuliahan.

6. Kepada kedua orang tua dan adik yaitu Bapak Didik, Ibu Ita dan Rama yang telah memberikan doa, motivasi, dan semangat dalam masa perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan studinya sampai mendapatkan gelar sarjana. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas dukungannya.
7. Kepada sahabat penulis, Surya, Fariz, Faisal dan Rizky yang selalu membantu dan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai penulis mengucapkan terimakasih.
8. Kepada partner penulis, Alfina Lailatul Rohmah yang senantiasa memberikan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 30 Agustus 2025

Pandu Satria Abdullah

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL LUAR.....</b>                                  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>                                | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>                               | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>                      | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>              | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                       | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                     | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                 | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                       | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                      | 7           |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....                               | 8           |
| <b>BAB 2 TINJAUAN TEORISTIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b> | <b>9</b>    |
| 2.1 Tinjauan Pustaka.....  | 9           |
| 2.1.1 Pemasaran.....   | 9           |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran.....                                   | 10          |
| 2.1.3 <i>Brand Image</i> .....                                   | 11          |
| 2.1.3.1 Definisi <i>Brand Image</i> .....                        | 11          |
| 2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....                         | 11          |
| 2.1.3.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....                       | 13          |
| 2.1.4 <i>Brand Loyalty</i> .....                                 | 14          |
| 2.1.4.1 Definisi <i>Brand Loyalty</i> .....                      | 14          |
| 2.1.4.2 Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....                     | 15          |
| 2.1.4.3 Indikator <i>Brand Loyalty</i> .....                     | 16          |
| 2.1.5 Kualitas Produk .....                                      | 17          |
| 2.1.5.1 Definisi Kualitas Produk .....                           | 17          |

|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| 2.1.5.2       | Elemen Kualitas Produk .....   | 18        |
| 2.1.5.3       | Indikator Kualitas Produk .....                                      | 19        |
| 2.1.6         | Keputusan Pembelian .....  | 20        |
| 2.1.6.1       | Definisi Keputusan Pembelian .....                                   | 20        |
| 2.1.6.2       | Komponen Keputusan Pembelian .....                                   | 21        |
| 2.1.6.3       | Indikator Keputusan Pembelian .....                                  | 22        |
| 2.2           | Penelitian Terdahulu.....  | 23        |
| 2.3           | Kerangka Konseptual .....  | 25        |
| 2.4           | Pengembangan Hipotesis .....   | 26        |
| <b>BAB 3</b>  | <b>METODE PENELITIAN.....</b>  | <b>29</b> |
| 3.1           | Jenis penelitian dan Gambaran dari populasi (Objek) Penelitian ..... | 29        |
| 3.1.1         | Jenis penelitian .....   | 29        |
| 3.1.2         | Gambaran dari populasi (Objek) penelitian .....                      | 30        |
| 3.2           | Teknik Pengambilan Sampel .....                                      | 30        |
| 3.3           | Teknik Pengambilan Data.....   | 32        |
| 3.3.1         | Jenis Data .....   | 32        |
| 3.3.2         | Sumber Data .....  | 32        |
| 3.3.3         | Teknik Pengumpulan Data.....   | 33        |
| 3.4           | Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....                     | 34        |
| 3.4.1         | Variabel Penelitian.....   | 34        |
| 3.4.2         | Definisi Operasional Variabel .....                                  | 35        |
| 3.5           | Teknik Analisis Data .....   | 37        |
| 3.5.1         | Uji Instrumen Data.....  | 38        |
| 3.5.3         | Uji Asumsi Klasik .....  | 40        |
| 3.5.4         | Uji Kelayakan Model.....   | 42        |
| 3.5.5         | Uji Hipotesis .....  | 43        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                          | <b>44</b> |
| 4.1           | Hasil Penelitian.....  | 44        |
| 4.1.1         | Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                  | 44        |
| 4.1.2         | Deskriptif Karakteristik Penelitian .....                            | 46        |
| 4.1.3         | Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....                        | 48        |
| 1.            | Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand Image</i> .....    | 48        |
| 2.            | Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand Loyalty</i> .....  | 49        |
| 3.            | Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk .....       | 51        |

|                                |  |           |
|--------------------------------|--|-----------|
| 4.                             | Analisis Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian ..... | 52        |
| 4.1.4                          | Uji Instrumen Data.....  | 53        |
| 4.1.5                          | Uji Asumsi Klasik .....  | 58        |
| 4.1.6                          | Uji Kelayakan Model.....   | 62        |
| 4.1.6                          | Uji Hipotesis .....  | 64        |
| 4.2                            | Pembahasan.....  | 66        |
| 4.2.1                          | Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....      | 66        |
| 4.2.2                          | Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....    | 67        |
| 4.2.3                          | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....        | 67        |
| <b>BAB V</b>                   | <b>PENUTUP .....</b>   | <b>69</b> |
| 5.1                            | Simpulan .....   | 69        |
| 5.2                            | Keterbatasan Penelitian.....                                       | 69        |
| 5.3                            | Saran.....   | 70        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>     |  | <b>72</b> |
| <b>JADWAL PENELITIAN .....</b> |  | <b>74</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   |  | <b>75</b> |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 1 Top Brand Awards 2024 .....  | 4              |
| 2 Penelitian Terdahulu.....  | 23             |
| 3 Skala Likert .....   | 34             |
| 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 46             |
| 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                          | 47             |
| 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Uniqlo ..... | 48             |
| 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....   | 49             |
| 8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> ..... | 50             |
| 9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....      | 51             |
| 10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ..... | 52             |
| 11 Hasil Uji Validitas .....   | 53             |
| 12 Hasil Uji Reliabilitas .....  | 55             |
| 13 Hasil Analisis Linier Berganda .....                                  | 56             |
| 14 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov .....             | 60             |
| 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                      | 61             |
| 16 Hasil Uji F.....  | 63             |
| 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                 | 64             |
| 18 Hasil Uji t.....  | 65             |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b>                                | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 1 Kerangka Konseptual .....                  | 26             |
| 2 Grafik Hasil Uji Normalitas .....          | 59             |
| 3 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... | 62             |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran  | Halaman |
|---|---------|
| 1 Kuesioner Penelitian .....  | 75      |
| 2 Tabulasi Data.....  | 83      |
| 3 Hasil Output SPSS Statistik Dekriptif .....                         | 85      |
| 4 Hasil Output SPSS Uji Validitas .....                               | 93      |
| 5 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas.....                             | 95      |
| 6 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda .....            | 97      |
| 7 Hasil Output SPSS Uji Normalitas .....                              | 97      |
| 8 Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas.....                        | 99      |
| 9 Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas .....                     | 99      |
| 10 Hasil Output SPSS Uji Simultan (Uji F).....                        | 100     |
| 11 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )..... | 100     |
| 12 Hasil Output SPSS Uji Hipotesis (Uji-t).....                       | 100     |

