

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,
KUALITAS PRODUK DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU SNEAKERS AEROSTREET DI SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**MOH ALFINDY
NIM : 1122000151**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*,
KUALITAS PRODUK DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU SNEAKERS AEROSTREET DI SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**MOH ALFINDY
NIM : 1122000151**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Moh Alfindy


NIM : 1122000151


Judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sneakers Aerostreet di Shopee

Surabaya, 11 Juli 2024

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103





Dra. Sri Andayani, M.M
NPP. 20120.93.0322

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 11 Juli 2024.

DEWAN PENGUJI:

1. Dra. Sri Andayani, M.M
Ketua
2. Drs. Agung Pujianto, M.M
Anggota 1
3. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
Anggota 2

()
()
()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh Alfindy
NIM : 1122000151
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing*, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sneakers Aerostreet di Shopee

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya 11 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



(Moh Alfindy)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JI SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh Alfindy
NBI : 1122000151
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sneakers Aerostreet di Shopee”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 11 Juli 20224

Yang Menyatakan,



(Moh Alfindy)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua Orang tua saya Moch Choifin dan Sri Weidy Astutik yang telah memberikan bekal dunia dan akhirat serta selalu memberikan motivasi dan do'a terbaik, dan menyisihkan finansialnya sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya, kasih sayang dan doa restu yang tiadahenti kepada anaknya.
2. Untuk kerabat dan saudara saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi saat mengerjakan skripsi.
3. Untuk Teman dekat dan teman jauh saya yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan doa terbaiknya untuk menemani perjalanan saya.
4. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya dosen Administrasi bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama dibangku kuliah.

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

(QS. Ar Ra'd: 11)

“Apa yang kita pikirkan menentukan apa yang akan terjadi pada kita. Jadi jika kita ingin mengubah hidup, kita perlu sedikit mengubah pikiran kita.”

(Wayne Dyer.)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT dan Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat. Berkat rahmat dan karuni-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sneakers Aerostreet Di Shopee” ini dengan tepat waktu. Selesainya skripsi tersebut tidak lepas dari doa, bantuan, dukungan serta bimbingan dari beberapa pihak, sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada , yakni :

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugraha, MM., CMA., SPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
3. Drs. Agung Pujianto, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dra. Sri Andayani, M.M dan Drs. Ute Chariruz M.Nasution, M.S. selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dan pikirannya dalam membimbing peneliti ketika menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah meluangkan waktunya mengajar, membimbing, mendidik dan memberikan ilmunya yang bermanfaat sampai kapanpun.
7. Seluruh Staf TU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam mengurus segala macam administrasi.
8. Sri Weidy Astutik selaku orang tua peneliti yang sudah memberikan doa dan inspirasi untuk terus semangat menuntut ilmu sampai mendapat gelar sarjana agar bisa mewujudkan harapan orang tua menjadi orang yang sukses di kemudian hari.
9. Ainul, Salman, Taufiq, Susilo, Adit dan Hafiz selaku sahabat terbaik dan seperjuangan dalam skripsi yang telah saling membantu, saling menghibur dan selalu memberikan semangat, saran dan doa kepada peneliti.

10. Vindi Vionita Selaku teman, sahabat sekaligus pasangan yang selalu mensupport peneliti untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi
11. Kepada Pakde, Bude, Om, Tante dan Saudara–saudara dari keluarga peneliti yang telah membantu secara moral dan materi serta doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dari peneliti sehingga data cepat terkumpul.

ABSTRAK

Sneakers yang awalnya didesain khusus untuk kegiatan olahraga telah mengalami transformasi fungsi menjadi elemen gaya hidup dan fashion sejak awal 2000-an. Tren ini semakin menguat pada 2010-an dengan munculnya minat tinggi terhadap sneakers edisi terbatas dan kolaborasi dengan desainer ternama, menjadikannya barang koleksi bernilai investasi tinggi yang diminati kalangan "sneakerheads". Perkembangan sneakers di Indonesia turut dipengaruhi oleh budaya populer seperti musik, film, media sosial, serta ikon gaya seperti artis, selebriti, dan influencer. Selain itu, tren gaya hidup sehat dan aktif juga mendorong popularitas sneakers. Untuk memanfaatkan peluang ini, produsen sneakers lokal seperti Aerostreet menerapkan strategi pemasaran relationship marketing, peningkatan kualitas produk, serta variasi produk guna memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode asosiatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian melalui data atau sampel, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan Nilai F hitung sebesar 20,361 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti $< 0,05$. Maka *Relationship Marketing* (X1), Kualitas Produk (X2) dan Variasi Produk (X3) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Sepatu Sneakers di Shopee.

Kata Kunci: Relationship Marketing, Kualitas Produk, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sneakers which were originally designed specifically for sports activities have undergone a transformation into a lifestyle and fashion element since the early 2000s. This trend was further strengthened in the 2010s with the emergence of high interest in sneakers limited edition sneakers and collaborations with renowned designers, making them high collectibles with high investment value that are in high demand among “sneakerheads”. The development of sneakers in Indonesia is also influenced by popular culture such as music, movies, social media, as well as style icons such as artists, celebrities and influencers. In addition, healthy and active lifestyle trends are also driving the popularity of sneakers. To capitalize on this opportunity, local sneakers manufacturers such as Aerostreet are implementing a relationship marketing strategy, improving product quality and product variety to influence consumers' purchasing decisions. In this research, the method used is quantitative method with an associative method that aims to describe the object of research or research results through data or samples. The data collection technique used is questionnaire distribution. The data collection technique used is the distribution of questionnaires. Method in This research uses multiple linear regression methods with a calculated F value value of 20.361 with a significance level of 0.000 which means $< 0,05$. Then Relationship Marketing (X1), Product Quality (X2) and Product Variety (X3) Affect Purchasing Decisions (Y) of Sneakers Products Sneakers at Shopee.

Keywords: Relationship Marketing, Product Quality, Product Variety, Purchase Decision

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	23
2.2.2 <i>Relationship Marketing</i>	26
2.2.3 Kualitas Produk.....	27
2.2.4 Variasi Produk	29
2.2.5 Perilaku Konsumen	31
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	34
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	36
2.5 Kerangka Pemikiran	38
2.6 Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41

3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Populasi Dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1 Skala Pengukuran.....	43
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	44
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Sumber Data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2 Uji Analisis Regresi Liner Berganda.....	47
3.7 Uji Hipotesis	47
3.7.1 Uji Parsial (t)	47
3.7.2 Uji Simultan (F)	48
3.7.3 Koefisiensi Determinasi R^2	48
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Penyajian Data	49
4.1.1 Gambaran Obyek penelitian.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden	50
4.1.3 Uji Instrumen.....	52
4.2 Tabulasi Data.....	54
4.2.1 Tabulasi Jawaban Responden.....	54
4.2.2 Analisis Data Setiap Variabel	67
4.3 Analisa Data	73

4.3.1 Uji Asumsi Klasik	73
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda	78
4.3.3 Uji Hipotesis.....	80
4.4 Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Rekomendasi.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Variasi Produk Sneakers Aerostreet.....	4
Tabel 3.1 Skala Likert.....	43
Tabel 3.2 Skala Interval	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.5 Uji Validitas	52
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Relationship Marketing.....	54
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variasi Produk.....	60
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.11 Hasil Nilai Mean Variabel Relationship Marketing.....	67
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.13 Hasil Nilai Mean Variabel Variasi Produk	70
Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Geljser.....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Linearitas Variabel Relationship Marketing (X1)	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk (X2)	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Linearitas Variabel Variasi Produk (X3)	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji t (parsial)	80
Tabel 4.23 Hasil Uji F (simultan)	82
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Aerostreet	2
Gambar 1.2 Beberapa Sepatu Merk lokal yang ada di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Beberapa Sepatu Merk Luar Yang masuk ke Indonesia	3
Gambar 1.4 Beberapa Produk Sneakers Aerostreet.....	4
Gambar 1.5 Official Store Aerostreet Di Shopee	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Aerostreet Official Shop	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik normal P-Plot	74
Gambar 4.4 Hasil Uji Scatterplot	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2 Uji Validitas & Reliabilitas	97
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi	104
Lampiran 4 SK Turnitin.....	106
Lampiran 5 SK Bebas Lab.....	108
Lampiran 6 Lembar Revisi.....	109