"PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU HOKA ONE ONE PADA KALANGAN MASYARAKAT SURABAYA"

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

OLEH:
ILHAM SYAMANA
NBI. 1122200144

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

"PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU HOKA ONE ONE PADA KALANGAN MASYARAKAT SURABAYA"

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

OLEH:
ILHAM SYAMANA
NBI. 1122200144

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	**Ilham Syamana**
NBI	:	**1122200144**
Judul	:	**Pengaruh *E-commerce* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Hoka One One Pada Kalangan Masyarakat Surabaya**

Surabaya, 08 Juli 2026

Mengetahui, **Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik** **Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**	**Disetujui Oleh,** **Dosen Pembimbing I**
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S. **NPP. 20110.86.0062**	**Drs. Ute Chairul M. Nasution, M.S.** **NPP. 20120.86.0057**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 8 Juli 2026.

Dewan Penguji :

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. ( )
   Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. ( )
   Anggota I

3. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. ( )
   Anggota II

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

Prof. Dr. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Ilham Syamana
NIM	: 1122200144
Program Studi	: Administrasi Niaga
Judul Skripsi	: Pengaruh E-commerce dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Hoka One One pada Kalangan Masyarakat Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat Adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas pembimbing dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan bersungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan.

Surabaya, 8 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Ilham Syamana

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL 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 Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ilham Syamana
NBI/ NPM	: 1122200144
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi	: Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya	: Skripsi

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

"Pengaruh *E-commerce* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Hoka One One pada Kalangan Masyarakat Surabaya." Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**. Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 8 Juli 2026

Yang Menyatakan,



(Ilham Syamana)

MOTTO

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)

“Jangan menyerah. Hal-hal besar butuh waktu.”

(Bacharuddin Jusuf Habibie)

“Jika bukan karena Allah yang memampukan. Aku mungkin sudah menyerah.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Untuk Kedua Orang Tua yang paling berjasa dalam hidup saya. Terima kasih atas segala do'a dan materi yang telah diberikan, serta semangat yang tiada hentinya diberikan kepada anaknya dalam menyusun skripsi ini. Sehingga saya dapat menjalankan pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi, terima kasih yang tak terhingga atas cinta tulus, doa yang tak pernah putus, serta setiap pengorbanan yang telah tercurah demi masa depan penulis.
2. Kepada Almarhum Kakek dan Almarhumah Nenek yang ada di Ponorogo, terima kasih telah menerima penulis untuk tinggal di Ponorogo, terima kasih sudah membantu mendidik selama penulis berada di Ponorogo disaat masa SD sampai dengan sekarang, terima kasih telah mendidik anak-anaknya supaya punya cucu yang berpendidikan.
3. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dan do'a yang terus mengalir.
4. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya dosen Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama perkuliahan.
5. Sahabat saya dari masa SMA sampai saat ini, Sabastian Roy Nasier, Sahrul Mu'minin, terima kasih telah menjadi teman tumbuh dan berjuang sejak awal masa perkuliahan. Terima kasih atas doa, tawa, dan waktu yang telah kita lalui bersama dalam suka maupun duka. Kalian bukan sekadar teman biasa, melainkan bagian dari keluarga yang selalu ada di setiap langkah perjuangan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih telah bertahan dan berjuang bersama hingga akhir.
6. Saudara Riko Tri Cahyono, terima kasih atas dukungan moral dan kerja sama tim yang solid selama masa studi, yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan bermakna.
7. Saudara Achmad Qowim, apresiasi terdalam penulis sampaikan atas segala dukungan dan semangat yang tak pernah luntur. Terima kasih telah menjadi saksi bisu setiap perjuangan, lelah, dan doa, hingga akhirnya perjalanan akademik ini tuntas dengan indah.
8. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan yang seangkatan. Terima kasih telah mewarnai masa perkuliahan dengan tawa dan menciptakan

kenangan indah yang tak ternilai harganya. Semoga masa muda dan kerja keras kita menjadi batu loncatan menuju kesuksesan di masa depan.

9. Untuk tim sepak bola kesayangan penulis yaitu MANCHESTER UNITED, yang selalu memberi penulis hiburan dan tekanan disaat suntuk memberikan mood naik turun dalam kepenulisan skripsi ini.
10. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang laki-laki sederhana dengan impian tinggi. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Ilham Syamana. Terima kasih telah turut hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih telah kuat menjalani perkuliahan sambil bekerja sebagai driver grab supaya tidak merepotkan orang tua maupun orang lain. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak selalu dirayakan oleh orang lain. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai denga napa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan pernah lelah untuk berusaha, berbahagialah dimanapun berada. Aku berdo'a, semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik nan hebat, serta mimpimu satu per satu terjawabkan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala bentuk kritik maupun saran yang membangun guna penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Administrasi Niaga.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat mendorong perubahan pola belanja masyarakat, khususnya melalui platform *e-commerce*. Di sisi lain, *brand image* turut menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Hoka One One pada kalangan masyarakat Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk sepatu Hoka One One melalui platform *e-commerce*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis parsial (Uji t), uji Simultan (Uji F), uji koefisien determinasi R^2 dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Hoka One One pada kalangan masyarakat Surabaya. *Brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Hoka One One pada kalangan masyarakat Surabaya. *E-commerce* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Hoka One One pada kalangan masyarakat Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian bahwa semua variabel independen *e-commerce* dan *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

Kata Kunci : *E-commerce*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Hoka One One, Surabaya

ABSTRACT

Rapid advancements in digital technology have driven changes in consumer shopping patterns, particularly through e-commerce platforms. Meanwhile, brand image plays a crucial role in shaping consumer perceptions and trust regarding a product. This study aims to analyze the influence of e-commerce and brand image on purchasing decisions for Hoka One One shoes among the population of Surabaya. A quantitative approach utilizing a survey method was employed. The study population consisted of Surabaya residents who had purchased Hoka One One shoes via e-commerce platforms, with a sample size of 100 respondents. Data were collected through online questionnaires using a Likert scale and analyzed using SPSS 25 software, covering validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous testing (F-test), and the coefficient of determination (R^2) test. The results indicate that e-commerce has a positive and significant influence on purchasing decisions for Hoka One One shoes among Surabaya residents. Brand image also exerts a positive and significant influence on purchasing decisions for Hoka One One shoes in the same demographic. Furthermore, e-commerce and brand image simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions for Hoka One One shoes among Surabaya residents. In conclusion, the study demonstrates that both independent variables—e-commerce and brand image—positively influence the dependent variable of purchasing decisions.

***Keywords* : *E-commerce*, *Brand Image*, *Purchasing Decisions*, Hoka One One, Surabaya**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kehadirat Allah SWT dan juga berkah, Rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *E-commerce* dan *Brand Image* terhadap Produk Sepatu Hoka One One pada Kalangan Masyarakat Surabaya". Shalawat serta salam tak lupa penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat dalam menyelesaikan program Pendidikan S1 Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan serta bantuan dari pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT karena telah diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberikan kemudahan dan kelancaran.
2. Yth. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan arahan dalam proses akademik penulis.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Kepala Program Studi Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas arahan serta bimbingan yang sangat berharga selama masa perkuliahan saya.
5. Yth. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. Selaku dosen wali penulis.
6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Dr. Awin Mulyati, M.M. , selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih yang mendalam atas kesabaran serta limpahan ilmu dan arahan yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Segenap jajaran dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dedikasi ilmu dan wawasan berharga yang telah diberikan selama masa studi penulis.
8. Seluruh jajaran staff di lingkungan FISIP atas kesediaan waktu dan bantuannya dalam memfasilitasi urusan administrasi perkuliahan penulis, sehingga seluruh proses akademik dapat berjalan dengan lancar.
9. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan yang seangkatan. Terima kasih telah mewarnai masa perkuliahan dengan tawa dan menciptakan

kenangan indah yang tak ternilai harganya. Semoga masa muda dan kerja keras kita menjadi batu loncatan menuju kesuksesan di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif, manfaat nyata, serta menjadi referensi yang berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

Surabaya, 26 Juni 2026

Ilham Syamana

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI III
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN IV
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI V
MOTTO VI
PERSEMBAHAN VII
ABSTRAK IX
***ABSTRACT* ..... X**
KATA PENGANTAR XI
DAFTAR ISI XIII
DAFTAR TABEL XVI
DAFTAR GAMBAR XVII
DAFTAR LAMPIRAN XVIII
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.5 Sistematika Penulisan 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Landasan Teori 18
2.2.1 Manajemen Pemasaran 18
2.2.2 Digital Marketing 20
2.2.3 *E-commerce* 22
2.2.4 *Brand Image* 26
2.2.5 Perilaku Konsumen 28
2.2.6 Keputusan Pembelian 30
2.3 Definisi Konsep dan Operasional 33
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel 36
2.5 Kerangka Pikir 37
2.6 Hipotesis 38
BAB III METODE PENELITIAN 39
3.1 Rancangan Penelitian 39
3.2 Jenis Penelitian 39

3.3 Waktu Penelitian....40
3.4 Populasi dan Sampel....40
3.4.1 Populasi....40
3.4.2 Sampel....40
3.5 Instrumen Penelitian dan Pengukuran Instrumen....41
3.5.1 Uji Instrumen....43
3.6 Jenis Data dan Sumber Data....44
3.6.1 Jenis Data....44
3.6.2 Sumber Data....44
3.7 Teknik Pengumpulan Data....45
3.8 Teknik Analisis Data....45
3.8.1 Uji Asumsi Klasik....45
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda....47
3.8.3 Uji Hipotesis....47
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN....51
4.1 Penyajian Data....51
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian....51
4.1.2 Karakteristik Responden....53
4.1.3 Uji Instrumen....55
4.2 Tabulasi Data....57
4.2.1 Tabulasi Data Variabel *E-commerce* (X1)....57
4.2.2 Tabulasi Data Variabel *Brand Image* (X2)....61
4.2.3 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)....64
4.2.4 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel....67
4.2.5 Tabulasi Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Mean Tertinggi Dari Seluruh Variabel....73
4.3 Analisis Data....75
4.3.1 Uji Asumsi Klasik....75
4.3.2 Uji Regresi Linear Berganda....81
4.3.3 Uji Hipotesis....83
4.4 Pembahasan....86
4.4.1 Pengaruh *E-commerce* terhadap Keputusan Pembelian....86
4.4.2 Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian....87
4.4.3 Pengaruh *E-commerce* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian....87
BAB V PENUTUP....89

5.1 Kesimpulan 89
5.2 Rekomendasi 89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional 34
Tabel 3. 1 Interval Range..... 42
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia..... 54
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 54
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Tempat Pembelian 55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas..... 56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas..... 57
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data Variabel E-commerce (X1)..... 57
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Data Variabel Brand Image (X2) 61
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y) 64
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel E-commerce (X1) .. 67
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Brand Image (X2) .. 69
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... 71
Tabel 4. 13 Hasil Tabulasi Masing-Masing Variabel..... 73
Tabel 4. 14 Uji Linearitas Variabel E-commerce (X1)..... 75
Tabel 4. 15 Uji Linearitas Brand Image (X1)..... 76
Tabel 4. 16 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov..... 77
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas..... 79
Tabel 4. 18 Uji Heteroskedastisitas Model Uji Glejser 80
Tabel 4. 19 Uji Regresi Linear Berganda 82
Tabel 4. 20 Uji t Parsial 83
Tabel 4. 21 Uji F (Simultan)..... 84
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Determinasi ($R2$)..... 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-commerce Website Hoka One One 5
Gambar 1. 2 E-commerce Shopee Hoka One One 6
Gambar 1. 3 Produk Sepatu Hoka One One..... 8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 37
Gambar 4. 1 Produk Sepatu Hoka One..... 52
Gambar 4. 2 Data Uji Normalitas Model Histogram..... 78
Gambar 4. 3 Data Uji Normalitas Model P-Plot 78
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas Model Scatterplot..... 81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 94
Lampiran 2 Uji Instrumen Data..... 99
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik..... 102
Lampiran 4 Uji Hipotesis 105
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian 106
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi 107
Lampiran 7 SK Turnitin..... 109
Lampiran 8 Hasil Turnitin 110
Lampiran 9 Lembar Revisi 3 111
Lampiran 10 Bebas Lab.....114
Lampiran 11 Bebas Keuangan.....115
Lampiran 12 Kwitansi Pembayaran Skripsi 116
Lampiran 13 Kwitansi Percetakan.....117