

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *E-WOM*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
SEPATU ADIDAS DI JAKARTA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : SURYA JOKO WIJAYA

NPM : 115150053

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SURYA JOKO WIJAYA
NPM : 115150053
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *E-WOM*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SEPATU ADIDAS DI JAKARTA

Jakarta, 2 Juli 2019
Dosen Pembimbing,



(Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA, M.Ec., APU)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SURYA JOKO WIJAYA
NPM : 115150053
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *E-WOM*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SEPATU ADIDAS DI JAKARTA

TANGGAL: 10 Juli 2019

KETUA PENGUJI:



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

TANGGAL: 10 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



(Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA, M.Ec., APU)

TANGGAL: 10 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



(Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.)

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA

ABSTRACT

- (A) SURYA JOKO WIJAYA (115150053)
- (B) *THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, E-WOM AND BRAND IMAGE TO ADIDAS SHOES PURCHASE INTENTION AT JAKARTA*
- (C) xv + 95 pages, 2019, tables 24, pictures 4, attachments 4
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) ***Abstract:** This research purpose to determine the effect of perceived quality, E-WOM and brand image to Adidas shoes purchase intention at Jakarta. Researchers in sampling use non-probability sampling. The number of samples used in this study were 170 respondents. Data sources were obtained from questionnaires, then using multiple regression analysis techniques. From the test results it can be concluded that there is a positive and significant influence of perceived quality, E-WOM and brand image to Adidas shoes purchase intention at Jakarta.*
- (F) *Reference List (1985 - 2018)*
- (G) Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA, M.Ec., APU

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

- (A) SURYA JOKO WIJAYA (115150053)
- (B) PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *E-WOM*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SEPATU ADIDAS DI JAKARTA
- (C) xv + 95 halaman, 2019, tabel 24, gambar 4, lampiran 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived quality*, *E-WOM* dan *brand image* terhadap *purchase intention* sepatu Adidas di Jakarta. Peneliti dalam pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 170 responden. Sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner, kemudian menggunakan teknik analisis regresi ganda. Dari hasil pengujian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *perceived quality*, *E-WOM* dan *brand image* terhadap *purchase intention* sepatu Adidas di Jakarta.
- (F) Daftar Pustaka (1985 - 2018)
- (G) Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, MA, M.Ec., APU