

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY ORIGINAL TIMNAS PADA
SUPPORTER SEPAK BOLA INDONESIA**

SKRIPSI



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY ORIGINAL TIMNAS PADA
SUPPORTER SEPAK BOLA INDONESIA**

(Studi Pada Mahasiswa *Soegijapranata Catholic University* Semarang)

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

FACHREZI ADIVA YULIAWAN

21.D1.0119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *_brand image_* dan harga terhadap keputusan pembelian jersey original Tim Nasional Indonesia pada supporter sepak bola. Tingginya antusiasme masyarakat terhadap Timnas Indonesia belum sepenuhnya diikuti dengan pembelian produk resmi, sehingga perlu dikaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 96 responden yang merupakan pemilik atau peminat jersey original di Semarang dan sekitarnya. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda serta uji t dan uji F untuk menguji hipotesis.

Penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p < 0,05$). *Brand image* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga. Temuan ini menunjukkan bahwa citra merek yang kuat dan kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penyusunan strategi pemasaran serta mendorong konsumen untuk membeli produk original.

Kata kunci: *brand image*, harga, keputusan pembelian.