

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INTERAKSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN**



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INTERAKSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



ANNA KRISTOFORA GIAWA

22.D1.0131

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

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan interaksi media sosial terhadap keputusan pembelian sepatu PVN. Latar belakang penelitian didasarkan pada perkembangan industri *fashion* dan meningkatnya peran media sosial dalam membentuk perilaku konsumen di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden yang pernah membeli sepatu PVN dalam satu tahun terakhir. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien negatif ($\beta = -0,616$, $p < 0,05$), sedangkan interaksi media sosial berpengaruh positif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun citra merek signifikan, arah pengaruhnya bersifat kontekstual, sehingga perusahaan perlu menjaga konsistensi kualitas dan menyelaraskan persepsi merek dengan pengalaman konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Interaksi Media Sosial, Keputusan Pembelian