

201910160311400  
Anaslifa Mafika Sari  
Prodi Manajemen

**PENGARUH CITRA MEREK KESADARAN MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN  
SEPATU SANDAL HOMYPED DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



**OLEH:**

**ANASLIFA MAFIKA SARI**

**201910160311400**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2026**



## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

#### PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SEPATU SANDAL HOMPED

DI KOTA MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Anaslifa Mafika Sari

NIM : 201910160311400

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Pembimbing II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Fien Zulfikarjah, M.M.

Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,

Dr. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama :Anaslifa Mafika Sari  
NIM :201910160311400  
Program Study:Manajemen  
Surel :anaslifamafika11@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Skripsi ini adalah asli dan benar benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas di cantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan di cantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi sanksi lainnyayang sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Malang, 12 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Anaslifa Mafika Sari

## ABSTRAK

### “PENGARUH CITRA MEREK KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SEPATU SANDAL HOMYPED DI KOTA MALANG”

**Anaslifa Mafika Sari\*<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>, Viajeng Purnama Putri<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl Raya Tlogomas No.246 Malang

Corresponding E-mail: [anaslifamafika11@gmail.com](mailto:anaslifamafika11@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Homyped di Malang. Jenis Penelitian ini penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif kausal. Sampel penelitian menggunakan metode non probability menggunakan Teknik Sampling Accidental sampling. Populasi pada penelitian ini menggunakan subjek konsumen yang beli dan menggunakan sepatu sandal merek Homyped setahun terakhir di Malang. Objek penelitian ini Sepatu Sandal Homyped. Sampel penelitian ini berjumlah 105 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Pengujian pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini Citra Merek memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Kesadaran Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Kualitas Produk pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk

**ABSTRACT**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, AND  
PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF HOMYPED  
SANDALS IN MALANG CITY***

**Anaslifa Mafika Sari\*<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>, Viajeng Purnama Putri<sup>3</sup>**

*Management Study Program  
Faculty of Economic and Business  
University Muhammadiyah Malang  
Jl Raya Tlogomas No.246 Malang*

*Corresponding E-mail: [anaslifamafika11@gmail.com](mailto:anaslifamafika11@gmail.com)*

*This study aims to examine the influence of brand image, brand awareness, and product quality on purchasing decisions for Homyped in Malang. This research is a descriptive study with a causal quantitative approach. The research sample was selected using a non-probability method with accidental sampling techniques. The population in this study consists of consumers who have purchased and used Homyped sandal-shoes within the past year in Malang. The object of this research is Homyped sandal-shoes. The sample size in this study is 105 consumers. Data collection was conducted using questionnaires. The analysis in this study was performed using the SPSS program. The results show that Brand Image has a positive but insignificant influence on purchasing decisions. Brand Awareness has a positive and significant influence on purchasing decisions. Product Quality has a positive but insignificant influence on purchasing decisions*

***Keywords:*** *Brand Image, Brand Awareness, Product Quality*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan yang maha segalanya, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan tafiqnya, sehingga skripsi ini dengan judul “Pengaruh” dapat terselesaikan dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do’a dan shalawat, senantiasa melimpah keharibaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’ para mushonnifin, para ulama’ dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Rahmat Wijaya, S.E., M.M Selaku dosen pembimbing I dan Ibu Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M Selaku dosen Pembimbing II, Terima kasih banyak atas ilmu yang diberikan dan mendengarkan keluh kesah saya sehingga dapat melakukan penelitian ini.
5. Bapak dan ibu Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu terbaik di dunia Bapak Nastainul Adzim (Alm) yang telah berpulang bertepatan dengan saya menyelesaikan skripsi ini dan Mama Kholifatul Uliyah yang selalu mendo’akan saya yang terbaik, memberikan motivasi dan semangat buat saya.

7. Kakak Sepupu saya Dedy, Sudarto, Ilmiah., S.E, Nur Farid, Ananda, Ayu, Fitri, Fatin, Firman, Samud yang telah menyemangati dan mendoakan saya dengan tulus dan baik.
8. Seluruh rekan-rekan Alumni SMP Muhammadiyah 8 Laren Nur Zumaisaroh, S.Pd, Nur Anggun Amd TP, Mutiara Alif Afrimah, S.Pd, Rohmatul hidayah S. Rina Puspita, Rossi mama zio, Erika mama rey, lina mama asya dan tak lupa tetangga saya khilya, Ustad Alfain Jalaluddin R, S.E dan Agam Rizki Hidayatullah, S.T.
9. Seluruh Teman Kelas Manajemen H Angkatan 2019 Guston Haris P, Rafly Danadyaksa B, Yudha Adji P, Wildan Arif R, Kinanti, Nur Fadilah, Restu aryani S, Vina Anggraeni yang berjuang bersama sama meraih gelar Sarjana Manajemen.
10. Seluruh Geng Huru Hara Asyifa Dhia Wibowo, Sevrita Bella, Syayidah Bali Ananda, Anisa Fa'izah Septianti, Fauzan Anwar Firdaus, Ahmad Rifqi Faturrahman. Menemani dari awal pesmaba hingga proses penelitian saya ini selesai.
11. Teman Nongkrong Tercinta Nabilatun Nadiyah, Shely, Fiddiniyah, Winda Nafizah, Deft, Shofi, Septyna, Feny Nur, Ocha, Widya Ravena, Hida, Adzin, Jefri.
12. Chandra Kurnia Sandy S.Pt terima kasih sudah menemani dari awal pembuatan skripsi hingga akhir, memberikan pengaruh positif, selalu menyemangati dikala saya susah dan tetap sabar menghadapi manusia seperti saya.
13. Seluruh temen-teman dan kerabat saya yang tidak saya sebutkan satu-satu yang selalu memudahkan dan mendo'akan saya hingga terwujud penelitian ini.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiinn yaa Robbal Aallamin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran

201910160311400  
Anaslifa Mafika Sari  
Prodi Manajemen

dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 12 Desember 2025

Penulis,



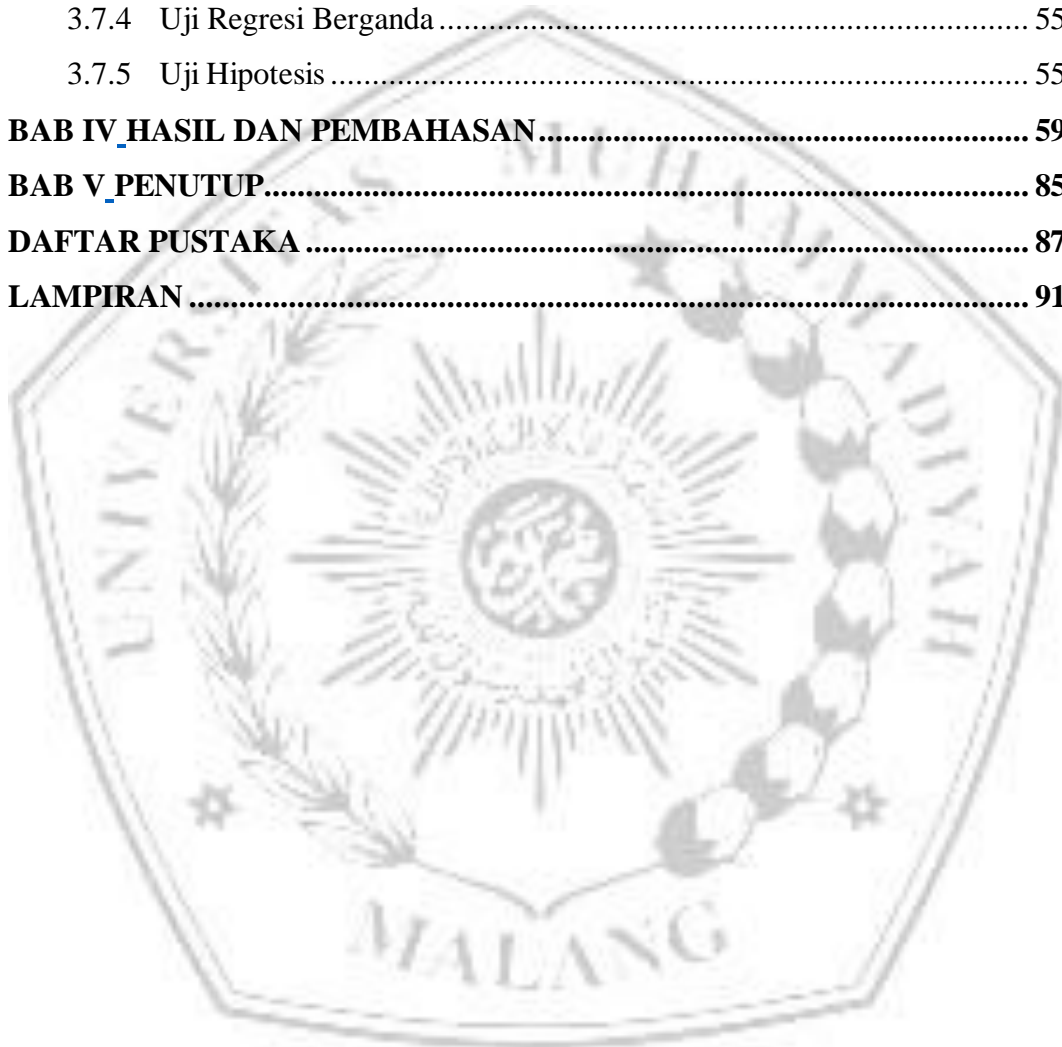
Anaslifa Mafika Sari



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
13.1 Latar Belakang.....	1
13.2 Rumusan Masalah.....	8
13.3 Tujuan Penelitian.....	9
13.4 Manfaat atau Kegunaan Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Pustaka.....	20
2.2.1 Model Perilaku Konsumen.....	20
2.2.2 Keputusan pembelian.....	25
2.2.3 Kualitas Produk.....	29
2.2.4 Kesadaran Merek.....	31
2.2.5 Citra Merek.....	34
2.3 Kerangka Pikir.....	39
2.4 Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	43
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44

3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6 Alat Pengukuran Data .....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.7.3 Uji Asumsi klasik.....	53
3.7.4 Uji Regresi Berganda.....	55
3.7.5 Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Sepatu Sandal Homyped.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	44
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	49
Tabel 3. 3 Skala Rentang.....	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	51
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reabilitas 30 Responden .....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Jumlah Usia Responden .....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Homyped .....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden yang Berdomisili Di Malang .....	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Konsumen Membeli Homyped .....	61
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Konsumen Membeli Homyped Dalam Setahun.....	62
Tabel 4. 7 Karakteristik Jumlah Pendapatan Perbulan Responden.....	62
Tabel 4. 8 Skor Responden Variabel Citra Merek (X1).....	63
Tabel 4. 9 Skor Responden Variabel Kesadaran Merek (X1) .....	65
Tabel 4. 10 Skor Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	66
Tabel 4. 11 Skor Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y1) .....	69
Tabel 4. 12 Data Hasil Uji Validitas .....	71
Tabel 4. 13 Data Hasil Uji Reabilitas .....	72
Tabel 4. 14 Data Analisis Regresi Berganda .....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas .....	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	76
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien determinasi.....	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Penelitian .....	2
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen .....	21
Gambar 2. 2 Marketing Mix .....	22
Gambar 2. 3 Proses keputusan pembelian .....	25
Gambar 2. 4 Kerangka Pikir .....	40



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, W. B., Tachta H, H., dan Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Yongki Komaladi Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 401–413.
- Alfiana, D., R. A. dan Masahere. U. (2023). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Hust Puppies di Jakarta", *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*. Hal. 52-59.
- Agustin, A., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2021). *Purchase Decision Based on the Brand Image, Product Design and Lifestyle on Converse Shoes in Surakarta. International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(1), 359–365.
- Anita, T. L. dan Ardiansyah, I. (2019). "Pengaruh kesadaran merek citra merek dan komunikasi media terhadap keputusan pembelian dalam konteks restoran di daerah perkotaan", *jurnal bisnis dan kewirausahaan*, 7 (2) November 2019, Hal 40-50.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2211>
- Bayu, K., Pratama, E. K. A., dan Satria, G. D. E. A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Havainas Pada Remaja di Singaraja*. *Jurnal Daya Saing*. 300–306.
- Dharma, N. P. S. A., dan Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(1), 3228–3255.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)*, 689–705.

- Fachrezy, M., dan Artadita, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Brodo Di Kota Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 814–828. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48162>
- Fernando, A. D. dan Mayliza,R. (2019). "Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Fried Chicken pada D'besto di Kota Padang Cabang Siteba",*Research Papers in Economics*. 21 Maret 2019.Hal 1-10.
- Hermawan, A. 2014. Komunikasi Pemasaran. Erlangga. Jakarta
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis with Readings*. NJ.: Prentice-Hall.
- Khafid,W. (2023)."Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu DBL Ardiles pada Klub Bola Basket Bintang Muda Gombang,*Jurnal Ilmu Keolahragaan*.Hal1-71
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 13*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2004). *Dasar-Dasar Marketing (7th ed.)*. PT. Prehallindo.
- Kurniawan, D. dan Hongdiyanto, C. (2017)." Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natural'z",*Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*,2(4),Hal 456-464.
- Lembayung,M, dan Sentosa, E. 2023. "Pengaruh Citra merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk 3second (Jakarta Pusat)", *Jurnal IKRATH-EKONOMIKA*. 2 Juli 2023, Hal 424-432.
- Lestari, Reni. (2022). Volume Produksi Sepatu Diyakini Pulih Tahun Ini. (Online) <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220104/257/1485243/volume-produksi-sepatu-diyakini-pulih-tahun-ini>. Diakses pada 1 Desember 2023
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., dan Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Mukarromah, D. S., dan Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Nadiyah. F.H., dan Wahyuningsih. 2020 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). Vol. 3, pp. 2654-3257.
- Pertiwi, A. H., Suwarsono, E., dan Wardhani, R. K. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sandal New Era pada Toko Villa Grosir Kediri”, *MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. 2023, Hal. 460-472.
- Putri, M. W. P. dan Wardiningsih, S. S. 2016. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 2 Juni 2016, Hal. 234-241.
- Ramadhan, A. W., dan Andjarwati, A. L. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(4), 325.
- Sampe, Y. D. dan Tahalele, M. (2023). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon", *Jurnal Administrasi Terapan*. Hal 48-59.
- Setyani, A. D., dan Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Suharno dan Sutarso, (2010), *Marketing In Praktice*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Yogyakarta Graha Ilmu.

- Tjiptono, F. (2013). *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F, 2005, *Brand Manajemen dan Strategi*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., Priyambodo, L., Jaya, A., & Lecturer, S. (2012). M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects. *International Journal of Computer Applications & Information Technology*, 1(Ii), 71.
- Utama, A. P., dan Ambarwati, A.N. (2022). The Effect Of Brand Awareness And Trust On Consumer Buying Interest. *Journal Of Reseach And Community Service*. Hal 2310-2330.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., dan Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Wardhani, Widya. 2013. "Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product." *Journal of Management* 6.
- Wijaya, E. A., Sasongko, & Wahyuni, S. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa, 1–7.
- Wisesa, C.P. (2021). "Studi Keputusan Pembelian Makanan Oleh Oleh Khas Surabaya: Peran Brand awareness dan Kualitas Produk ". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 287-294.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, (Online), 5 (1). ([https://media.neliti.com/media/publications/185778-id\\_hubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/185778-id_hubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf)), diakses 10 September 2020.
- Yurindera, N. (2020). "Pengaruh Persepsi dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online di Masa Pandemi", *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3). Hal 309-320.



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 13/12/2025

Kode : 2844900974  
Nama : Anaslifa Mafika Sari  
NIM : 201910160311400  
Prodi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sandal Homyped di Malang  
Persentase Plagiasi : 3%  
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

