

202210160311140
Kamalia
Prodi Manajemen

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SEPATU BASKET “NIKE” DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Kamalia

202210160311140

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

2026

202210160311140
Kamalia
Prodi Manajemen

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERNGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BASKET “NIKE” DI KOTA MALANG**

Oleh:

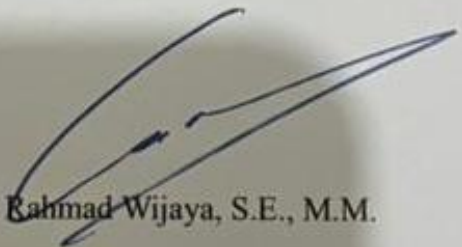
Kamalia

202210160311140

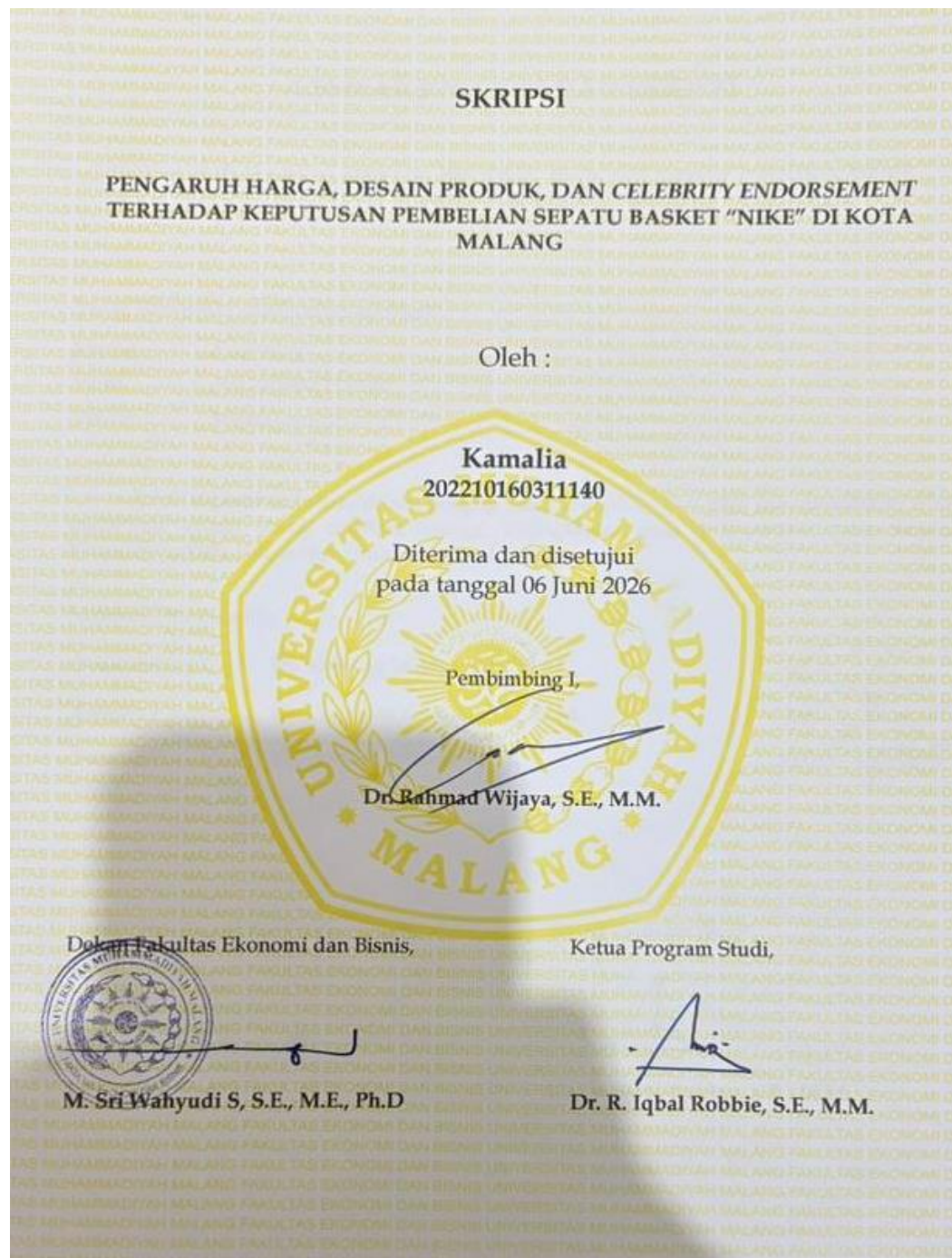
Malang, 22 April 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.



202210160311140
Kamalia
Prodi Manajemen

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN CELEBRITY ENDORSEMENT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BASKET "NIKE" DI KOTA
MALANG**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Kamalia
NIM : 202210160311140
Jurusan : Manajemen

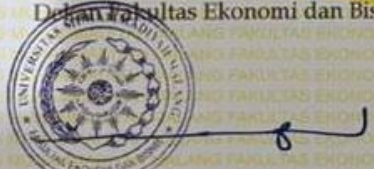
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 06 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.
Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



M. Sri Wahyudi S, S.E., M.E., Ph.D Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

202210160311140
Kamalia
Prodi Manajemen

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Kamalia
NIM : 202210160311140
Program studi : Manajemen
Surel : imelfalhom@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 (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan 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 ketidakbenaran dalam pertanyaan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 30 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Kamalia



**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU BASKET “NIKE” DI KOTA MALANG**

Kamalia¹, Rahmad Wijaya²

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Malang
Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok B.15 Malang, East Java
Email: imelfalhom@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, desain produk, dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian sepatu basket Nike di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu basket Nike di Kota Malang, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta (3) *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen lebih dipengaruhi oleh desain produk yang menarik serta dukungan *celebrity endorsement* dibandingkan faktor harga. Oleh karena itu, Nike diharapkan dapat meningkatkan inovasi desain produk serta memaksimalkan strategi promosi melalui *celebrity endorsement* guna meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Desain Produk, *Celebrity Endorsement*, Keputusan Pembelian

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU BASKET “NIKE” DI KOTA MALANG**

Kamalia¹, Rahmad Wijaya²

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Malang
Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok B.15 Malang, East Java
Email: imelfalhom@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of price, product design, and celebrity endorsement on purchasing decisions of Nike basketball shoes in Malang City. This research employs a quantitative approach with an explanatory research design. The population in this study consists of consumers of Nike basketball shoes in Malang City, with a sample of 96 respondents determined using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The data analysis method used multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results of the study indicate that: (1) price does not have a significant effect on purchasing decisions, (2) product design has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) celebrity endorsement has a positive and significant effect on purchasing decisions. These findings indicate that consumer purchasing decisions are more influenced by attractive product design and the support of celebrity endorsement rather than price factors. Therefore, Nike is expected to enhance product design innovation and optimize promotional strategies through celebrity endorsement in order to improve purchasing decisions.

Keywords: *Price, Product Design, Celebrity Endorsement, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Desain Produk, dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket “Nike” di Kota Malang ”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan kendala. Namun, berkat bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, seluruh proses tersebut dapat dilalui dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penulis persembahkan kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahyudi, S.E., M.E., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. R. Iqbal Robbie S.M., M.M., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing penulis hingga selesai. Terimakasih telah memberikan dukungan, motivasi, arahan dan bimbingan serta membantu penulis untuk terus berkembang sampai titik ini.
5. Seluruh dosen dan staf Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang serta teman seperjuangan Kelas Manajemen C 2022 atas ilmu, pengetahuan, dan wawasan yang berharga selama masa perkuliahan.

6. Dengan penuh rasa cinta dan hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua kandung tercinta, Abi Fahir Thalib dan Mama Rosyidah Falhum. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang luar biasa, serta dukungan moral dan materi yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis. Meskipun Abi dan Mama tidak pernah merasakan bangku perkuliahan, namun cinta, kerja keras, dan perjuangan yang telah diberikan menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan pendidikan ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi salah satu bentuk kecil dari kebahagiaan yang dapat penulis persembahkan.
7. Terima kasih kepada abang tersayang, Kamal dan Rifky, yang selalu menjadi penyemangat dalam kehidupan penulis. Kehadiran kalian dengan canda, tawa, dan kebersamaan sederhana menjadi penghibur di saat penulis merasa lelah dan tertekan. Terima kasih telah menjadi alasan bagi penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan di perantauan, Dita, Annisa, Citra, Imel, Diska, Riska, Fara, Saniyyah dan Nadya. Terima kasih atas kebersamaan yang begitu berharga, atas cerita, tawa, dan dukungan yang tidak pernah berhenti. Kalian bukan hanya teman, tetapi sudah seperti keluarga yang selalu ada dalam suka dan duka. Perjalanan ini terasa lebih ringan karena kehadiran kalian semua.
9. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Kamalia. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, telah kuat menghadapi berbagai tekanan, rasa lelah, dan keraguan. Terima kasih karena tidak memilih untuk menyerah, meskipun sering kali merasa ingin berhenti. Selamat untuk diri sendiri karena telah berhasil menjadi sarjana pertama di keluarga. Semua proses yang telah dilalui bukanlah hal yang mudah, namun penulis mampu melewatinya dengan penuh perjuangan.

Malang, 22 April 2026

Penulis,

(Kamalia)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	12
2.1.4 Harga	16
2.1.5 Desain Produk	18
2.1.6 <i>Celebrity Endorsment</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konsep	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian	31
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling	32
3.4 Definisi Operasional Variabel	33
3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Pengukuran Data	35
3.8 Uji Instrumen	35
3.9 Teknik Analisis Data	37
3.10 Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2 Data Karakteristik Responden	42
4.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.4 Analisis Data	45
4.4.1 Rentang Skala Data.....	45
4.4.2 Uji Hipotesis	55
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (Tbi) Indonesia Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2021-2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 30 Responden	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	37
Tabel 3.5 Rentang Skala	38
Tabel 3.6 Hipotesis Uji T	39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4.3 Jumlah Responden berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.7 Variabel Harga	46
Tabel 4.8 Variabel Desain Produk	47
Tabel 4.9 Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	49
Tabel 4.10 Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.12 Hasil Uji R Square	54
Tabel 4.13 Hasil Uji T	55

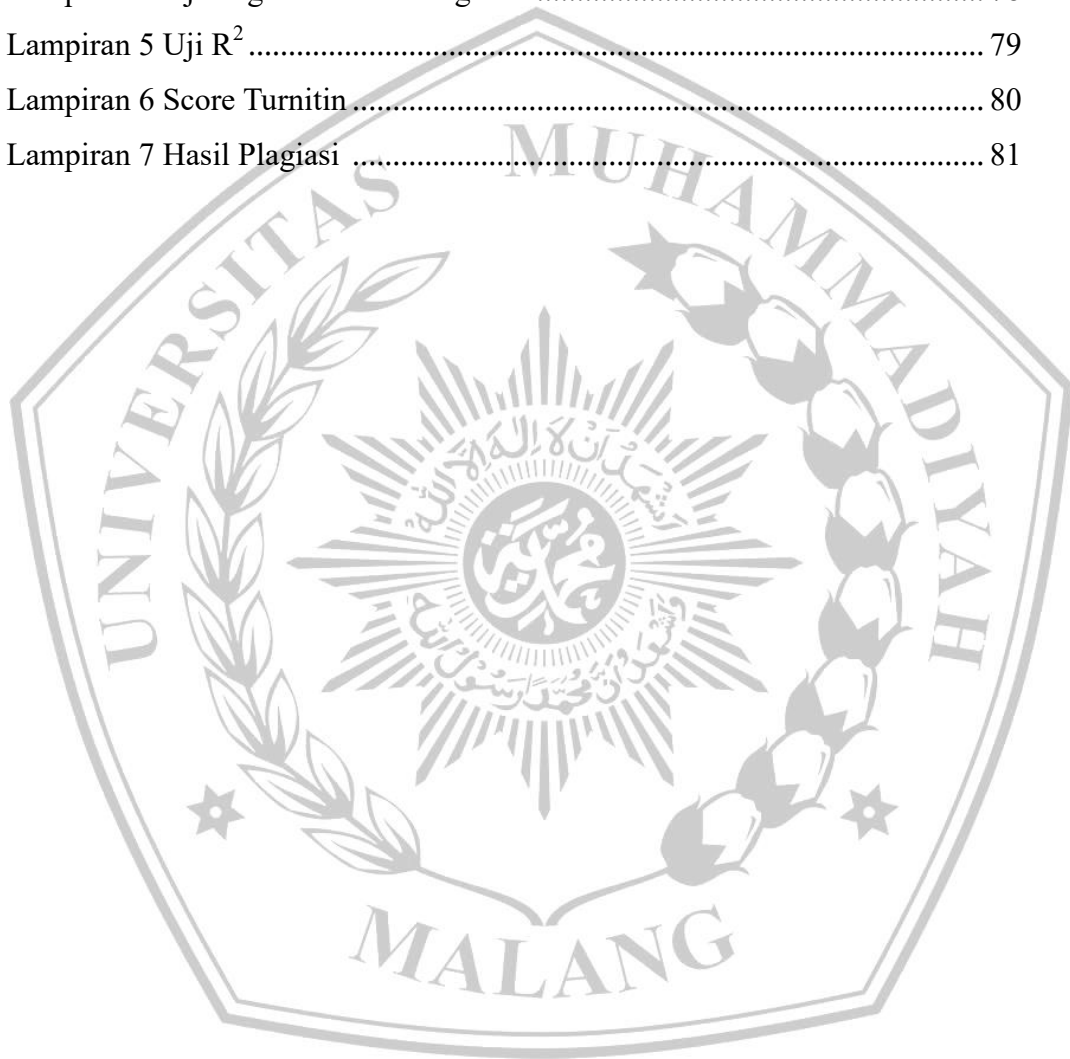
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Nike	3
Gambar 1.2 Data Penjualan Nike	5
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draf Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	74
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	77
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda	78
Lampiran 5 Uji R^2	79
Lampiran 6 Score Turnitin	80
Lampiran 7 Hasil Plagiasi	81



DAFTAR PUSTAKA

1. Syafruddin MA, Asri A. Pendidikan Jasmani Dan Olahraga Dalam Membangun SDM Di Era Revolusi Industri 4.0. *J Pendidik Olahraga dan Kesehat IKIP Mataram*. 2022 Sep 30;9(2):61–7.
2. Nauright J, Wiggins DK. Sports entrepreneurs and the shaping of the SportsWorld. *J Sport Soc*. 2020 Sep 1;23(9):1421–3.
3. Turner Z, Franks A. Modeling Player and Team Performance in Basketball. *J Annu Rev Stat Its Appl*. 2021 Mar 7;8(1):1–23.
4. Liu T. Research of NBA All Stars Games. *Highlights Business, Econ Manag*. 2022 Dec 12;4:530–4.
5. Wicaksono AD, Wijayanto A, Dewi RS. Pengaruh Athlete Endorsement, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aza Dimoderasi Sport Involvement. *J Ekon Manaj dan Akunt*. 2023 Mar 24;35(1):1–25.
6. Wang Z. The Marketing Strategy of Nike: Analysis and Future Outlook. *J Highlights Business, Econ Manag*. 2025 Jul 31;60:54–8.
7. YALÇIN YG, DEMİREL S. Basketball Sports Shoes Selection and Features. *Online J Recreat Sport*. 2020 Oct 1;9(4):1–7.
8. Reku. Saham Nike (\$NKE) Turun 50%! Sudah Murah atau Murahahan? [Internet]. 2024 [cited 2025 Oct 31]. Available from: <https://reku.id/analysis/saham-nike-nke-turun-50-sudah-murah-atau-murahan>
9. Mullin, Bernard J, William SS. Sport Marketing 4th Edition. Human Kinetics; 2014. 504 p.
10. Nike I. Nike, Inc. 2024. Annual Report 2024.
11. Brown NP, Rajesh AM. Reuters. 2025 [cited 2025 Oct 31]. Nike catat penurunan pendapatan terburuk dalam 5 tahun terakhir akibat permintaan stagnan. Available from: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/preview-nike-post-worst-revenue-fall-5-years-stagnant-demand-2025-03-20/>
12. Mouka M. Kisah nyata di balik penurunan penjualan Nike [Internet]. 2025 [cited 2025 Oct 18]. Available from: <https://the-cfo.io/2025/03/21/the-real-story-behind-nikes-sales-drop/>
13. Sari HP, Djumena E. Nike Proyeksikan Pendapatannya Turun, Ini Sebabnya [Internet]. 2024 [cited 2025 Oct 18]. Available from: <https://money.kompas.com/read/2024/06/29/103400426/nike-proyeksikan-pendapatannya-turun-ini-sebabnya>

14. Faisal DM, Yusnita RT, Karmila M. The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chantre Tasikmalaya Store Consumers). *J Manag Econ Account*. 2023;2(1):45–54.
15. Ramadan SDP, Hidayati N, Athia I. Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2019). *J Ris Manaj*. 2023;12(01).
16. Ananda FG, Hendratmoko C. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Viral Marketing, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse pada Mahasiswa di Surakarta. *J Ekon Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digit Ekon Kreat Entrep*. 2024;5(1).
17. Tasera MD, Putra SE, Ronald J. Influence Product Quality, Brand Image, Price, Product Design And Lifestyle On The Purchase Decision Of Nike Brand Shoes In Padang City. *J Entrep Bus*. 2023;1(1):35–43.
18. Adonis MR, Silintowe YBR. Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *J Ekon dan Manaj Kebijakan Ekon Manaj dan Akunt*. 2021 Jul 25;3(1):118–38.
19. Kotler P. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* Edisi Kesebelas. . Jakarta: Prenhallindo. 2005;
20. Hamidah S, Anita D. Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia). *J Ekon*. 2013 Dec;21(4).
21. Saraswati ML, Pradhanawati A, Hidayat W. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *J Ilmu Adm Bisnis*. 2015;4(2).
22. Anandita AD, Rusdan H, Rinuastuti BH. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs di Lingkungan Karang Taruna Mataram. *J Ris Manaj*. 2019 Sep;19(2).
23. Lombo VEP, Tielung MVJ. The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product. *J Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt*. 2014;2(3):1246–54.
24. Gabriella C, Hutaeruk BM. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi). *J Ilm Wahana Pendidik [Internet]*. 2023 Sep;9(18):143–54. Available from: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8310631>

25. Putrifasari S, Munir M, Mahaputra AP. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada CV. Wecono Asri Kediri. *J Creat Student Res*. 2023 Oct 7;1(5):141–55.
26. Willson MA, Komariah NS, Anas H. Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *J Ilm Ekon dan Manaj*. 2025 Aug;3(8):331–9.
27. Hasan W, Astarina R, Miswanto, Biyanto F, Siregar B. Pengaruh Desain Produk, Celebrity Endorsement, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu New Balance Tipe Lifestyle di Yogyakarta. *J Ekon Bisnis dan Akunt*. 2025 Jul 3;5(1):573–92.
28. Nugraha JP, Alfiah D, Sinulingga G, Rojati U, Saloom G, Rosmawati Fathihani Johannes R, et al. *Teori Perilaku Konsumen*. Jibril A, editor. PT. Nasya Expanding Management; 2021.
29. Kotler P, Keller KL. *Marketing management*. Pearson; 2016. 692 p.
30. Sopiah, Sangadji EM. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta Bumi Aksara. 2016;
31. Zulfikar M, Wijaya R, Andharini SN. The Effect of Price and Product Quality on Purchase Decision of Aqua Drinking Water Product in Malang City. *J Manaj Bisnis dan Kewirausahaan*. 2023;03(04).
32. Mukarromah DS, Rofiah C. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *J Ris Manaj Dan Bisnis Dewantara*. 2019 Jun;2(1):27–36.
33. Swastha BD, Handoko H. *Manajemen pemasaran : analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE; 2011.
34. Reven D, Ferdinand AT. Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro J Manag*. 2017;6(3):1–15.
35. Murty D, Khasanah I. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML di Semarang. *DIPONEGORO J Manag [Internet]*. 2015;4(2):1–11. Available from: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
36. Sukmawati N, Ekasasi SR. Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis*. 2020;1(1):17–28.

37. Sepehrian AH, Mirzazadeh ZS, Aghaei Shahri MS. Effect of price transparency on the perception of fair price and satisfaction with the purchase of sports products. *J Revenue Pricing Manag.* 2022 May 16;22(5):327–37.
38. Analia F, Wahab A, Masse RA. Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syariah Fair Pricing Mechanism In Sharia Economy. *J Econ Public, Account.* 2023 Apr;5(2):154–63.
39. Putra JD, Aswan K. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ortuseight Pada Toko Talago Sport Padang. *J Publ Ilmu Manaj.* 2023 May 18;2(2):220–38.
40. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Universitas Diponegoro; 2009.
41. Tjiptono F. Strategi Pemasaran Edisi 4. Andi Offset; 2015.
42. Khairon M, Zainurrosalamia Za S. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Serta Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Komunitas Eros Basketball Kota Samarinda. *J Ekon Manaj dan Bisnis.* 2025 Apr;2(1):1–12.
43. Rares A, Jopie RJ. THE EFFECT OF THE PRICE, PROMOTION, LOCATION, BRAND IMAGE AND QUALITY PRODUCTS TOWARDS THE PURCHASE DECISION OF CONSUMERS AT BENGKEL GAOEL STORE MANADO TOWN SQUARE. *J Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt.* 2015;3(2):592–604.
44. Rachman BJ, Santoso SB. ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEMANTAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *DIPONEGORO J Manag.* 2015;4(1):1–15.
45. Pradika VW, Hussein AS. Pengaruh Harga, Desain Produk dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian. *J Majemen Pemasar dan Perilaku Konsum [Internet].* 2023;2(4):850–60. Available from: <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>.
46. Rehansyah F, Simatupang LN. Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *J Manaj Univ Satya Negara Indones.* 2023 Feb 10;7(2):20–2.
47. Harsanto B. Dasar Ilmu Manajemen Operasi. Sonjaya S, editor. Bandung: UNPAD PRESS; 2013. 138 p.

48. Farhan MY, Kamal M. Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus pada Konsumen Nike di Kota Semarang). *DIPONEGORO J Manag.* 2015;4(4):1–10.
49. Latte J, Manan A. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inov J Adm Niaga.* 2022 Aug 31;4(1):35–44.
50. Shimp TA. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu).* Jilid 1, e. Jakarta: Erlangga; 2007.
51. Fitri IA, Wijaya R, Nurjannah D. The Effect of Celebrity Endorser , Brand Image , and Product Quality on The Purchase Decision of Sariayu Martha Tilaar Cosmetics. *J Manaj Bisnis dan Kewirausahaan.* 2022;02(04).
52. Shimp TA. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi.* Jakarta: Salemba 4; 2014.
53. Ningrum AW, Ahmadi MA. Pengaruh Celebrity Endorsements Terhadap Purchase Decisions Generasi Milenial. *J Media Akad.* 2024;2(12).
54. Religia Y, Sriyanto A, Hidayat RS, Setyarko Y. Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger di Kota Bekasi. *J Ekon dan Manaj.* 2022 Apr 26;11(1):77–89.
55. Saputra SA, Evelyn F. Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen). *J Ilm Mhs Manajemen, Bisnis dan Akunt [Internet].* 2022;4(5):585–96. Available from: <https://jurnal.universitaspurtribangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
56. Wardana AS, Pudjoprastyono H, Mandasari V. The Influence Of Celebrity Endorsers And Brand Image On Shoe Purchase Decisions Nike For Gen Z In Surabaya. *J Econ Bus Account.* 2024;7(5).
57. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* 19th ed. Bandung: CV ALFABETA; 2013.
58. Irsyam M, Junaid. Studi Penilaian Kawasan Permukiman (Studi Kasus : Bantaran Sungai Siwa Kecamatan Pitumpanua Kab. Wajo). *J Urban Stud Plan.* 2024;1(01):36–43.
59. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE. *Multivariate Data Analysis.* Seventh. Pearson E, editor. USA: Pearson Education; 2014.

60. Farikha F, Rachman E, Antu Y. Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *J Adm Bisnis*. 2023;13(1):27–32.
61. Abdullah M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo; 2015.
62. Purnawijaya FM. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *J Ilm Mhs Manaj Bisnis*. 2019;7(1).
63. Pratiwi V. Analisis Kompetensi Pedagogik Dosen Pengampu Mata Kuliah Dalam Implementasi Computer Assisted Instruction (CAI). *Educ J J Educ Res Dev*. 2019 Aug 30;3(2):163–72.
64. Ningsih S, Dukalang H. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura J Math* [Internet]. 2019;1(1). Available from: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom>,



202210160311140
Kamalia
Prodi Manajemen

	Lembaga Informasi dan Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang Tanda Terima Cek Plagiasi
Tanggal : 15/5/2026	
Kode	: 2961544331
Nama	: Kamalia
NIM	: 202210160311140
Prodi	: Manajemen
Judul Penelitian	: Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Basket "Nike" di Kota Malang
Persentase Plagiasi	: 3%
Keterangan	: LULUS
Kepala LIP  Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M	

