

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *DR.MARTENS* DAERAH JABODETABEK

Fauzan Dwi Kuncoro

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu *Dr.Martens*. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji F, uji T, dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 140 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji F variabel *brand image*, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu *Dr.Martens*. Hasil uji T variabel *brand image*, kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu *Dr.Martens*.

Kata Kunci: *Brand image*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Tahun Publikasi : (2018 – 2023)