

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS

Muhammad Farhan Dika (1)) Windarko, S.T., M.M (2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Pada penelitian ini menguji Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. Penelitian ini menggunakan sampel non-probability dan menggunakan tehnik purpose sampling, data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan menggunakan perangkat Google Form yang disebarakan kepada 140 responden dengan karakteristik masyarakat yang pernah membeli Sepatu Compass didaerah Tangerang Selatan. Skala Likert 1-5 digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Sebelum melakukan analisis regresi, uji asumsi klasik dilakukan, termasuk uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji validitas dan reabilitas juga dilakukan untuk memastikan kualitas data yang digunakan. Uji hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, uji F, uji t. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Selain itu, Kualitas Produk (X2) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian (Y). Harga (X3) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Cara bagi penjual produk sepatu ini untuk mendapatkan perhatian dari konsumen adalah dengan memiliki Brand yang baik. Kualitas Produk yang dimiliki oleh produk sepatu Compass mampu mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk mereka. Cara bagi penjual produk sepatu ini, untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dengan cara memberikan kualitas terbaik dari sepatu yang mereka buat.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Sepatu Compass

Pustaka: 23

Tahun Publikasi: 2016-2023