

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Survei pada Konsumen Sepatu Sepak Bola Dan Futsal Specs Pada Toko Tenqi
Sport Jogja)**

PANJI PRADANA PUTRA

NIM: 141120221

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga baik secara parsial maupun serentak terhadap Keputusan Pembelian Sepatu sepak-bola dan futsal Specs. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek, harga dan kualitas produk. Populasi dalam penelitian ini adalah meliputi seluruh pembeli sepatu sepak-bola dan futsal Specs pada Tenqi Sport Jogja. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 114 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra merek dengan koefisien regresi 0,311 yang mempunyai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu sepak-bola dan futsal Specs. (2) harga dengan koefisien regresi 0,126 yang mempunyai signifikansi $0,003 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu sepak-bola dan futsal Specs. (3) kualitas produk koefisien regresi 0,133 yang mempunyai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu sepak-bola dan futsal Specs. Citra merek, harga dan kualitas produk komitmen secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, nilai dari F sebesar 51.417 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi 0,000 tersebut $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji adjusted R^2 (R^2_{adj}) menunjukkan kuat atau lemahnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka dapat diketahui koefisien determinasi adalah 0,572, artinya $(0,572 \times 100\%) = 57.2\%$ naik-turunnya keputusan pembelian Sepatu sepak-bola dan futsal Specs ditentukan oleh citra merek harga dan kualitas produk sedangkan sisa lainnya 42.8% ditentukan oleh faktor atau variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai berikut: $Y = 0.007 + 0,311X_1 + 0,126X_2 + 0,133X_3$

Kata Kunci : Citra Merek, Harga Kualitas Produk, serta Keputusan Pembelian