

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK PAKAIAN LEVI'S**

(Survey Pada Mahasiswa S-1 Prodi Manajemen UPN "Veteran" Yogyakarta)

MEDINA BELLA ENPRICA

141140492

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel persepsi kualitas, persepsi harga dan citra merek terhadap niat beli produk pakaian Levi's. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial persepsi kualitas, persepsi harga dan citra merek terhadap niat beli produk pakaian Levi's. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada mahasiswa S-1 Prodi Manajemen UPN "Veteran" Yogyakarta. Pemilihan sampel menggunakan metode *incidental sampling* dan dari kriteria yang ditentukan digunakan sampel sebanyak 110 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas, persepsi harga dan citra merek berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap niat beli produk pakaian Levi's. Secara parsial menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap niat beli produk pakaian Levi's, persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat beli produk pakaian Levi's dan citra merek berpengaruh positif terhadap niat beli produk pakaian Levi's.

Kata kunci: Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Niat Beli