

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SKECHERS
(Studi Pada Konsumen Sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta)**

DWI ASTUTI

Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

email : dwiastuti398@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta, (2) pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta, (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta dan (4) pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sepatu Skechers yang berada di Hartono Mall Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah sebagian konsumen sepatu Skechers di Hartono Mall Yogyakarta, dan diambil sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi 0,131 dan tingkat signifikansinya 0,039. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi 0,239 dan tingkat signifikansinya 0,002. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai regresi 0,389 dan tingkat signifikansinya 0,000. (4) Kualitas produk, *brand image* dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansinya 0,000, lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$).

Kata kunci : kualitas produk, *brand image*, harga, keputusan pembelian