

**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP TERHADAP
MINAT BELI SEPATU MEREK LEAGUE DI D.I.Yogyakarta
(Survei Pada Konsumen Sepatu Merek League)**

ARIF FADHLUROHMAN
141150132

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, persepsi kualitas dan sikap terhadap minat beli sepatu merek League. Penelitian ini melakukan survei di D.I.Yogyakarta dengan data berjenis data primer yang dikumpulkan kuisioner tertutup dan sampel sebanyak 161 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling/SEM* dengan menggunakan program AMOS 22. Hasil analisis *Structural Equation Modelling* menunjukkan hasil yaitu: 1) iklan berpengaruh terhadap persepsi kualitas 2) persepsi kualitas berpengaruh terhadap minat beli 3) iklan berpengaruh terhadap sikap 4) sikap berpengaruh terhadap minat beli sepatu League di D.I.Yogyakarta.

Kata Kunci: Iklan, Persepsi Kualitas, Sikap, Minat Beli