

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK
ADIDAS**

(Survey terhadap Konsumen Sepatu Olahraga Adidas di Sleman)

Disusun oleh:

AHMAD NUR HARYANTO

141140148

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ahmadnurharyanto@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Survey terhadap Konsumen Sepatu Olahraga Adidas di Sleman). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama- sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai *R Square* sebesar 0.632, artinya 63.2% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang terdiri dari Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk. Sedangkan 36.8% sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain atau dipengaruhi variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian