

## ABSTRAK

### PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

#### Survei Konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta

Ratna Yulianti Rahayu

141180094

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran Yogyakarta

([141180094@student.upnyk.ac.id](mailto:141180094@student.upnyk.ac.id))

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *Purposive sampling* karena peneliti mengambil sampel dengan kriteria tertentu. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang memenuhi kriteria. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan dibantu program SPSS. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa : (1) Citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Compass di DKI Jakarta (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta (4) Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta (5) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Desain Produk, Keputusan Pembelian