

ABSTRAK

Tujuan dari adanya studi ini ialah guna mengetahui Pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas produk Terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek specs (survey terhadap konsumen sepatu futsal specs di kecamatan Gubeng, Surabaya) Sejumlah 102 pengguna dijadikan sampel pada studi ini. Penarikan sampel dilaksanakan dengan memakai metode purposive sampling. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik. Adapun uji F dan t digunakan perihal uji hipotesis. Penelitian menghasilkan temuan akan terdapatnya pengaruh signifikan dan positif citra merek terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai $t_{hitung} 14.992 > t_{tabel} 1,984$ pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan terdapatnya pengaruh signifikan dan positif citra merek terhadap keputusan pembelian, diketahui adanya pengaruh signifikan dan positif desain produk terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari nilai $t_{hitung} 2.314 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkatkan signifikan $0,001 < 0,05$, memiliki pengaruh signifikan dan positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 3.633 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,023 < 0,000$, terdapat pengaruh signifikan dan positif citra merek, desain produk dan kualitas produk Terhadap keputusan pembelian yang diperoleh dari uji F pada nilai $F_{hitung} 84.357 < F_{tabel} 3,090$ pada tingkat signifikan $0,000 < 0,005$

Kata kunci: Citra merek, Desain produk, Kualitas produk, Keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, product design and product quality on purchasing decisions of brand-specific futsal shoes (a survey of consumers of futsal shoes in Gubeng sub-district, Surabaya). A total of 102 users were sampled in this study. Sampling was carried out using purposive sampling technique. The data analysis technique used the validity test, the reliability test, and the classical assumption test. The F and t tests are used regarding the hypothesis test. The research resulted in findings that there will be a significant influence and a positive brand image on purchasing decisions, the value of t count $14.992 > t \text{ table } 1.984$ at a significant level of $0.000 < 0.05$, which indicates a significant influence and positive brand image on purchasing decisions, it is known that there is a significant influence and positive product design. Purchase decisions obtained from the value of t count $2.315 > t \text{ table } 1.984$ with a significant level of $0.001 < 0.05$, have a significant and positive effect on product quality on purchasing decisions with a value of tcount $3.633 > t \text{ table } 1.984$ with a significant level of $0.0232 < 0.000$, there is a significant influence and a positive image brand, product design, and product quality Against purchasing decisions obtained from the F test at the value of Fcount $84.357 < F \text{ table } 3.090$ at a significant level of $0.000 < 0.005$

Keywords: brand image, product design, product quality, purchasing decisions