

ABSTRACT

This study aims to know is there has an Effect of Brand Image, Product Quality and Product Design on the Interest in Purchasing Trekkers Shoes at Kebraon Sport Center Surabaya. This type of resear that used in this research is quantitative research, the sampling technique used was accidental sampling which was accidentally encountered. The population of this study are all consumers who use Trekkers Brand Sport Shoes in Kebraon Sport Center Surabaya with uncounted population. While the samples used were 114 people. The testing techniques in this study are the validity test, reliability test, classic assumption test, multiple llinear regression test and hypothesis testing. The test results obtained by the calculated Fvalue of 12,039 with a significant value of 0,000 ($0,000 < 0,05$). Based on the results of these tests indicate that Brand Image, Product Quality and Product Design influence Purchase Interest. Then the hypothesis is accepted and proven true.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Phurchase Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Minat Pembelian Sepatu Trekkers di Kebraon Sport Center Surabaya. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling yang dilakukan secara kebetulan ditemuinya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan Sepatu Sport Merek Trekkers di Kebraon Sport Center Surabaya dengan jumlah populasi tidak diketahui. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 114 orang. Teknik pengujian dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian diperoleh nilai Fhitung sebesar 12,039 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Brand image, Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh terhadap Minat Pembelian. Maka hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Minat Pembelian.