

ABSTRAK

Studi ini meneliti efek kualitas produk, harga, dan citra merek pada keputusan pembelian dan menggunakan regresi linear berganda sebagai alat untuk analisis inferensial. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari mewawancarai 100 responden yang telah membeli dan menggunakan sepatu Adidas di Jakarta Barat, Indonesia. Hasil penelitian ini adalah bahwa kualitas produk dan citra merek secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, sementara harga tidak berpengaruh langsung pada keputusan pembelian pelanggan. Kesimpulan langsung dari temuan ini adalah bahwa manajemen Adidas perlu lebih memperhatikan elemen kualitas produk dan citra merek sebagai pertimbangan utama dalam merancang kampanye promosi untuk menarik lebih banyak konsumen untuk membeli sepatu Adidas.

Kata Kunci : Kualitas, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study examines the effects of product quality, price, and brand image on purchasing decision and utilizes the multiple linear regression as the tool for inferential analysis. Furthermore, the study uses primary data obtained from interviewing 100 respondents who has bought and used Adidas shoes in Jakarta Barat, Indonesia. The results of this study are that product quality and brand image positively and significantly affect customers' purchasing decision, while price has no direct effect on customers' purchasing decisions. The immediate conclusion from these findings is that the management of Adidas needs to pay more attention on the elements of product quality and brand image as the main consideration in designing the promotional campaigns in order to attract more consumers to buy Adidas shoes.

Keywords : Product Quality, Price, Brand Image Buying Decision