

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
Nama : Muhammad Faisal Fachruraji
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis asosiatif, dan menggunakan metode analisis regresi berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini berjumlah 120 konsumen dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *Purposive Sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.

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

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing how much influence the product quality, brand image, and price have on purchasing decisions on Converse All Star shoes for students of the Faculty of Economics, Esa Unggul University. The research method used is the method of associative analysis, and uses multiple regression analysis methods. The data used in this study are primary and secondary data. The sample in this study amounted to 120 consumers with the sampling technique using purposive sampling. The results of this study indicate that partially Product Quality, Brand Image and Price have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Converse All Star Shoes for students of the Faculty of Economics, Esa Unggul University.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision