

ABSTRAK

Nama : Zikra Bunga Afsara
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Sepatu Ventela Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh). Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga, citra merek, dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang telah membeli sepatu Ventela. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode incidental sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor penting yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap produk lokal, serta menjadi bahan evaluasi strategi pemasaran bagi perusahaan.

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

ABSTRACT

*Name : Zikra Bunga Afsara
Study Program: Management
Title : The Influence Of Price, Brand Image, And Product Quality Of
Ventela Shoes On Purchase Decision Among Students Of The
Faculty Of Economics And Business, Malikussaleh University.*

This study aims to analyze the influence of price, brand image, and product quality on the purchase decision of Ventela shoes (a study on students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University). The independent variables in this research are price, brand image, and product quality, while the dependent variable is purchase decision. Primary data were obtained through questionnaires distributed to students who had purchased Ventela shoes. The sampling technique used was incidental sampling. The data analysis method employed was multiple linear regression. The results showed that partially, brand image and product quality have a positive and significant effect on purchase decisions, while price does not have a significant effect. Simultaneously, the three independent variables have a significant influence on the purchase decision of Ventela shoes. This study contributes to a better understanding of the key factors influencing consumer buying behavior toward local products and serves as a useful reference for companies in evaluating their marketing strategies.

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