

ABSTRAK

Nama : Rabiatul Auliza
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, desain produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah responden 145 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji determinasi (R^2), dan uji hipotesis (T) dengan menggunakan program SPSS 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing Variabel yaitu, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Harga, Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

Name : Rabiatul Auliza
Study Program : Management
Title : The Impact of Price, Product Design, Product Quality, and Brand Image on Ventela Shoe Purchase Decisions among Students of the Faculty of Economics and Business at Universitas Malikussaleh

This study aims to examine the impact of price, product design, product quality, and brand image on the purchase decisions of Ventela shoes among students of the Faculty of Economics and Business at Universitas Malikussaleh. The sampling method used was purposive sampling, with a total of 145 respondents. Primary data for this research was collected through questionnaires. The data analysis techniques employed include multiple linear regression analysis, classical assumption tests, instrument tests (validity and reliability), determination tests (R^2), and hypothesis testing (1) using SPSS 26.0 software. The results of this study indicate that, partially, the price variable does not have a significant effect on purchase decisions, product design has a positive and significant effect on purchase decisions, product quality has a positive and significant effect on purchase decisions, and brand image has a positive and significant effect on purchase decisions.

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