

ABSTRACT

The background of this study is about the growth of local brand sports shoes products where this phenomenon is related to the rise of foreign brand sports shoes that dominate the Indonesian market itself. This study aims to analyze product quality, product design, product price and promotion of purchasing decisions for local brand sports shoes in the Jakarta Dki area. The population used in this study are consumers using local brand sports shoes in DKI Jakarta. The total sample used in this study is 100 respondents of the technique used in this study is accidental sampling. The data used is the distribution of questionnaires. The method of data analysis in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study prove that product quality affects the purchasing decisions of local brand sports shoes, product product design influences the purchasing decisions of local brand sports shoes, product prices affect the purchasing decisions of local brand sports shoes as big as and promotions have an effect on purchasing decisions such as sports local brand.

Keywords: Product Quality, Product Design, Product Price, Promotion and Purchasing Decision



ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah mengenai pertumbuhan dari produk sepatu olahraga merek lokal yang dimana fenomena ini terkait dengan maraknya sepatu olahraga merek asing yang menguasai pasar Indonesia sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, desain produk, harga produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal di daerah Dki jakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna sepatu olahraga merek lokal di DKI Jakarta. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah accidetal sampling. Data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisi regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal, desain produk produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal, harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal sebesar dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek lokal.

Kata kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA