

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the Influence of Product Design, Product Quality, Brand Image on the Purchase Decisions of Adidas Sportswear. This study uses community respondents who are especially car buyers in the DKI Jakarta area. By using purposive sampling as a sampling technique so that 150 respondents were obtained as samples. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the LISREL (Linear Structural Relationship) analysis tool. The results of this study indicate that Product Design has a significant effect on Purchasing Decisions. As for the Brand Awareness variable and Product Knowledge does not have a significant effect on Purchasing Decisions. This is evidenced from the results of the simultaneous test (F Test) and the results of the partial test (T Test) also showing one significant value and two non-significant values of the three independent variables that support the hypothesis.

Keywords: Adidas, Product Design, Product Quality, Brand Image and Purchasing Decisions.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Olahraga Adidas. Penelitian ini menggunakan responden masyarakat yang khususnya pembeli pakaian olahraga yang berada di daerah DKI Jakarta. Dengan menggunakan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampel sehingga diperoleh 150 responden sebagai sampel. Pendekatan digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis LISREL (Linear Structural Relationship). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan untuk variabel Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (Uji T) juga menunjukkan satu nilai signifikan dan dua nilai tidak signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Kata Kunci: Adidas, Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA