

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek, promosi, dan Keputusan pembelian sepatu Ardiles (Studi kasus pada mahasiswa STIESIA Surabaya).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIESIA Surabaya yang sudah menggunakan Sepatu Ardiles baik perempuan maupun laki-laki dan baik jurusan manajemen ataupun akuntansi dengan jumlah populasi yang tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolienaritas dan uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat yang ditentukan. Sedangkan uji kelayakan model menggunakan uji F dan koefisien determinasi menyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The research aimed to examine the effect of product quality, brand image, promotion, and buying decisions of Ardiles shoes (A Case-Study on Students of STIESIA Surabaya).

The population was all students of STIESIA Surabaya who used Ardiles shoes either man or woman majoring in management and accounting with an unlimited number of population. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data were primary with questionnaires as the instrument. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result of classical assumption test, through normality, multicollinearity and heteroscedastic test showed that all variables had fulfilled the criteria given. While, a proper model test which used F-test and determination coefficient showed that the regression model was properly used. In addition, hypothesis test results concluded that product quality, brand image, and promotion had a significant effect on buying decisions.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Promotion, Buying Decisions*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

17/03/22

M. Faizal, S.Pd., M.Pd.

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia