

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA Surabaya, citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA Surabaya, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa STIESIA yang menggunakan sepatu Vans. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel dapat digunakan rumus Lemeshow sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Sumber data dalam penelitian adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA, dan gaya hidup berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa STIESIA.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, gaya hidup, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, brand image, and life style on consumers buying decisions of Vans shoes of students of STIESIA Surabaya.

The population was students of STIESIA Surabaya who wore Vans. Moreover, the research was causal comparative. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling. As the number of population was unknown precisely, the Lemeshow formula was used. In line with that, there were 100 respondents as the sample. While the data were primary. Additionally, the instrument in data collection technique used questionnaires which were distributed to the respondents. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 23.

The testing result concluded that product quality had a significant effect on consumers buying decisions of Vans shoes students of STIESIA Surabaya. Likewise, brand image had a significant effect on consumers buying decisions of Vans shoes students of STIESIA Surabaya. On the other hand, life style had an insignificant effect on consumers buying decisions of Vans shoes students of STIESIA Surabaya.

Keywords: *product quality, brand image, life style, buying decision.*



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

09/07/22

M. Faisal S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia