

ABSTRAK

Perkembangan sepatu lokal di Indonesia berkembang pesat, sehingga sepatu lokal harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat menarik konsumen untuk membeli produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu Ventela di Surabaya dan tidak diketahui jumlahnya populasinya karena sangat banyak dan tidak terbatas maka setelah digunakan rumus ditemukan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, kesadaran merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Surabaya. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, kesadaran merek dan kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 68,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

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

ABSTRACT

The development of local shoes in Indonesia grows rapidly; therefore, it needs to have proper strategies in order to attract consumers in buying the products. This research aimed to find out the effect of lifestyle, brand awareness, and product quality on buying decisions of Ventela shoes.

The population was consumers of Ventela shoes in Surabaya. However, the number of population was unknown as there were a lot of and unlimited. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Moreover, the research was causal-comparative. Furthermore, the data sources were primary. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded that lifestyle, brand awareness, and product quality had a positive and significant effect on buying decisions of Ventela shoes in Surabaya. Meanwhile, the result of determination coefficient showed that lifestyle, brand awareness, and product quality had contributed for about 68.5% on buying decisions. For the rest, 31.5%, it was affected by other variables outside the research model.

Keywords: *lifestyle, brand awareness, product quality, buying decisions.*



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

23/2021
/9

M. Faisal, S.Rd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia