

Muhamad Hasby Hidayat, 11221210

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI
KABUPATEN TANGERANG.**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,
2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu Nike di Kabupaten Tangerang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Tangerang yang sudah pernah membeli sepatu Nike. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Tahap uji yang dilakukan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Normalitas, Uji Multikolineitas, Uji T dan Uji Koefisien Berganda. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS v.25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Harga dan Desain Produk berpengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,586 atau 58,6%. Hal ini menunjukkan variabel Citra Merek, Harga dan Desain Produk mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian sepatu Nike sebesar 58,6%, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini seperti Kualitas Produk, Promosi, Gaya Hidup, Iklan.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Desain Produk, Keputusan Pembelian
(xi + 69 + Lampiran)
Daftar Pustaka (2001-2020)