

## ABSTRAK

Fenomena yang terjadi saat ini menjadi dasar dalam penelitian ini, dimana kemajuan dunia bisnis yang berkembang pesat mengenai suatu produk, sehingga berdampak bagi permintaan konsumen yang semakin meningkat mengenai produk sepatu Ventela di Lumajang. Selain karena kepraktisannya, sepatu Ventela ini sudah menjadi *fashion* baik remaja pria maupun wanita dalam beraktivitas sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela, untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela dan untuk mengetahui dan menganalisis harga terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 60 responden pengguna sepatu Ventela di ITB Widya Gama Lumajang. Peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk teknik pengambilan sampel dengan kriteria responden diatas 19 tahun. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif (uji validitas dan uji reabilitas), analisis regresi linier berganda, uji t dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di ITB Widya Gama Lumajang. Begitu pula dengan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di ITB Widya Gama Lumajang. Namun harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di ITB Widya Gama Lumajang.

**Kata kunci : citra merek, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*The current phenomenon is the basis of this research, where the progress of the business world is growing rapidly regarding a product, so that it has an impact on the increasing consumer demand for Ventela shoe products in Lumajang. Apart from its practicality, Ventela shoes have become a fashion for both male and female teenagers in their daily activities. This study aims to determine and analyze brand image on purchasing decisions for Ventela shoes, to determine and analyze product quality on purchasing decisions for Ventela shoes and to determine and analyze price on purchasing decisions for Ventela shoes. This study uses a quantitative approach with a sample size of 60 respondents who use Ventela shoes at ITB Widya Gama Lumajang. Researchers used purposive sampling techniques for sampling techniques with the criteria that respondents were over 19 years old. The type of data used is primary data. The analysis tool in this study uses quantitative analysis (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, t test and coefficient of determination. The results of the study indicate that brand image has no significant effect on purchasing decisions for Ventela shoes at ITB Widya Gama Lumajang. Likewise, product quality has no significant effect on purchasing decisions for Ventela shoes at ITB Widya Gama Lumajang. However, price has a significant effect.*

**Keywords:** *brand image, product quality, price and purchasing decisions*

