

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SPECS
(Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Specs di Lumajang *Sport Centre*)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu specs (studi kasus pada pengguna sepatu specs di Lumajang *Sport Centre*). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara tiga variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 40 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maka citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu specs (studi kasus pada pengguna sepatu specs di lumajang sport center). Fungsi regresi linier sederhana yang dihasilkan adalah $Y = 3,941 + 0,213X_1 + 0,619X_2 + 0,457X_3$. Hal ini berarti 58,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya yaitu 41,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti citra merek, kualitas produk dan harga sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian seperti bauran promosi, *country of origin*, *word of mouth* dll.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON
DECISIONS OF PURCHASING SPECS SHOES
(Case Study On Shoes Specs Users at Lumajang Sport Centre)**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, product quality and price to the purchase decision of specs shoes (case study on shoe specs users in lumajang sport center). This research is a quantitative research by finding associative association which is causal or research that is asking about relationship between three or more variables and causal character. The sample taken is 40 people. Sample technique used is simple random sampling (simple random sampling).

The results of this study indicate that partially the brand image has no significant effect on purchasing decisions, product quality significantly influence purchasing decisions, while prices have a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously brand image, product quality and price have significant effect to purchasing decision of specs shoes (case study on user specs shoes in lumajang sport center). The resulting simple linear regression function is $Y = 3,941 + 0,213X_1 + 0,619X_2 + 0,457X_3$. This means that 58.1% of purchasing decisions can be explained by independent variables ie brand image, product quality and price, while the remaining 41.9% of purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study.

The limitations of this study are to examine brand image, product quality and price as factors influencing purchasing decisions, while other variables that can be expected to further researchers to conduct research such as promotion mix, country of origin, word of mouth dll.

**Keywords: Brand Image,
Product Quality, Price, Purchase Decision**