

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020**

Rizka Putri Ramadhani

120.2016.146

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Nike (Studi Kasus pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI).

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YARSI yang pernah menggunakan produk sepatu olahraga Nike yang berjumlah 120 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara parsial promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) secara parsial citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) kualitas produk, promosi, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam syari'at Islam produk sepatu olahraga Nike telah menerapkan prinsip ekonomi Islam yaitu produk yang dihasilkan berkualitas baik, promosi yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan realita, citra yang dibangun dengan cara baik dan melakukan transaksi dengan cara yang baik.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.