

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, untuk menganalisis pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian, untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Desain Produk, Persepsi Harga, Citra Merek. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada sepatu Compass. Item pertanyaan untuk semua variabel terbukti valid dan reliabel. Uji asumsi klasik menghasilkan data berdistribusi normal, model regresi tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Desain Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Desain Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of Product Quality on Purchasing Decisions, to analyze the effect of Product Design on Purchasing Decisions, to analyze the effect of Price Perceptions on Purchasing Decisions and to analyze the effect of Brand Image on Purchasing Decisions. The dependent variable in this study is the Purchase Decisions, while the independent variable in this study is the Product Quality, Product Design, Price Perception, Brand Image. This type of research is a causal quantitative research. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had made purchases of Compass shoes. Question items for all variables proved to be valid and reliable. The classical assumption test results in normally distributed data, the regression model does not occur multicollinearity and heteroscedasticity does not occur. The results of this study indicate that: 1) Product Quality has no significant effect on Purchasing Decisions, 2) Product Design has no significant effect on Purchasing Decisions, 3) Price Perception has a significant effect on Purchasing Decisions, 4) Brand Image has a significant effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Product Design, Price Perception, Brand Image, Purchase Decisions.*