

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya citra merek, harga, serta kualitas produk pada keputusan pembelian produk sepatu sneakers nike di Universitas Putra Indonesia Padang. populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa kampus Universitas Putra Indonesia padang yang memakai sepatu nike dan pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling sehingga sampel yang diambil adalah 100 mahasiswa Universitas Putra Indonesia padang yang memakai sepatu Nike. Metode analisis induktif pada penelitian ini menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program Smart partial least square (Smart PLS). Hasil penelitian yang didapat adalah citra merek memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan membeli sepatu sneakers nike. Sedangkan harga dan kualitas produk memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembeli saat membeli sneakers nike dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli saat membeli sneakers nike. Akhir dari penelitian ini peneliti menyarankan agar sepatu nike tetap mempertahankan kualitas sepatu dan membuat harga yang tidak terlalu tinggi agar pembeli tidak kesusahan dalam memberi barang, yang nantinya akan mempertahankan citra merek sepatu sneakers nike.

Kata Kunci: sneakers nike, SEM, Smart PLS, citra merek, harga, kualitas produk, keputusan pembeli

Abstract

This study aims to determine whether or not there is a brand image, price, and product quality in purchasing decisions for Nike sneakers at Putra Indonesia University, Padang. The population in this study were all University Putra Indonesia Padang students who wore Nike shoes and the sampling used a probability sampling technique so that the samples taken were 100 students from Putra Indonesia Padang University who wore Nike shoes. The inductive analysis method in this study uses a Structural Equation Modeling (SEM) analysis tool using the Smart partial least square (Smart PLS) program. The results obtained are that brand image has a positive but not significant effect on the decision to buy Nike sneakers. Meanwhile, price and product quality have a significant positive influence on buyers' decisions when buying Nike sneakers. At the end of this study, the researcher suggests that Nike shoes maintain the quality of the shoes and make prices that are not too high so that buyers do not have difficulty in giving goods, which will later maintain the brand image of Nike sneakers.

Keywords: Nike sneakers, SEM, Smart PLS, brand image, price, product quality, buyer's decision