

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK SPECS DI DENPASAR

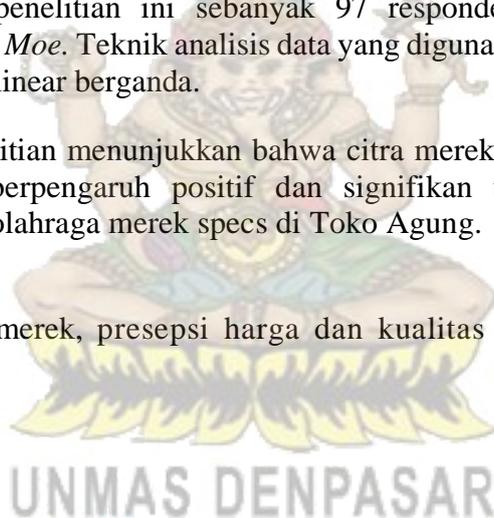
ABSTRAK

Kebutuhan akan perlengkapan alat-alat olahraga saat ini semakin mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan semakin tingginya kesadaran masyarakat dalam menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Dalam pelaksanaannya, setiap kegiatan olahraga memerlukan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk bisa dilakukan secara maksimal dan tentu dengan penyediaan alat-alat olahraga yang beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek specs di Denpasar. Populasi penelitian adalah pelanggan Toko Agung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel untuk jenis *purposive sampling* dalam penelitian ini sebanyak 97 responden yang ditentukan berdasarkan rumus *Moe*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek specs di Toko Agung.

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



UNMAS DENPASAR