

ABSTRAK

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK NIKE
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

**Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Pengguna Sepatu
Olahraga Nike**

Andrian
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi konsumen pada kualitas produk Nike berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu Nike. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yang sering juga disebut dengan *accidental sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sepatu Nike. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (seratus) responden. Teknik pengujian instrument dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Mayoritas pengguna sepatu nike adalah laki-laki yang berusia diatas 20 tahun dan telah melakukan pembelian sebanyak dua kali, 2) Persepsi konsumen pada kualitas produk termasuk dalam kategori baik, 3) minat beli ulang termasuk dalam kategori tinggi, 4) persepsi konsumen pada kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

ABSTRACT**THE INFLUENCE CONSUMERS PERCEPTIONS TOWARD THE NIKE
PRODUCT QUALITY TO THE RE-BUYING INTEREST****The Case Study on Nike Sport Shoes Consumers, the Studends of Sanata
Dharma University**

This thesis aims to examine the impact toward the interest of re-buying Nike shoes through the perceptions of the consumers concerning about the quality of the products of Nike. The kind of research which is conducted by the writer is associative research. Convenience sampling is the sampling data method for the data collection which is used in this thesis. It is also known as accidental sampling. The writer uses this technique concerning with the criteria from the consumers who have been buying and wearing Nike shoes. This study uses 100 (one hundred) respondents samples. The instruments testing technique which is used in this study are validity and reliability tests. Meanwhile, for the data analysis, the writer uses classical assumption test, simple linear regression analysis and descriptive analysis of data. The results of this research show that: 1) The majority of users or consumers of Nike shoes are men over 20 years old and have made more than two purchases. 2) Consumers' perceptions toward the quality of the product are categorized well/good. 3) The interests of the consumers to re-buy the product are categorized high. 4) The consumers' perceptions toward the quality affect the interest of the consumers to re-buy the shoes from Nike.

Keywords: Consumers' Perceptions toward the Product Quality, Re-buying Interest