

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN AND BRAND IMAGE ON BUYING INTEREST OF *NIKE* SHOES

(A Case Study on Students of Sanata Dharma University Yogyakarta)

Daewoo Made Ollin

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2018

This study aims to determine the influence of product design and brand image on buying interest of *Nike* shoes. This research is conducted during June 2018 in Sanata Dharma University Yogyakarta. This study determines simultaneously and partially the influence of product design and brand image on buying interest of *Nike* shoes. The population on this study are students of Sanata Dharma University Yogyakarta. The sample size is 100 respondents who chosen by accidental sampling method. The research instrument is questionnaires. The validity test and reliability test are applied to analyze the data. Data analysis technique used in this research is multiple linear regression.

The results of this study are indicates: (1) Product design and brand image simultaneously affect the buying interest of *Nike* shoes, (2) Partially, brand image affect the buying interest of *Nike* Shoes while the design product not affect the buying interest of *Nike* shoes.

Keywords: Design Product, Brand Image, Buying Interest.

HALAMAN ABSTRAK

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SEPATU *NIKE*

(Studi Kasus pada Mahasiswa/i Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

Daewoo Made Ollin

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan citra merek terhadap minat beli sepatu *Nike*. Penelitian ini dilakukan selama bulan Juni 2018 di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Penelitian ini menganalisis seberapa besar pengaruh desain produk dan citra merek (*brand image*) terhadap minat beli sepatu *Nike* baik secara simultan dan parsial. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang diambil dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Uji instrument yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Desain produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli sepatu *Nike*, (2) Secara parsial, citra merek (*brand image*) berpengaruh terhadap minat beli sepatu *Nike* sedangkan desain produk tidak berpengaruh terhadap minat beli sepatu *Nike*.

Kata kunci: Desain Produk, Citra Merek, Minat Beli Konsumen.