

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU NIKE Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus Mrican dan Paingan Yogyakarta

Maria Fransiska Watu
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2019

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus Mrican dan Paingan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 100 orang responden. Dalam pengambilan sampel peneliti membagikan kuesioner kepada konsumen secara langsung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik uji instrument yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan menggunakan teknik analisis linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike pada Mahasiswa Sanata Dharma Kampus Mrican dan Paingan Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas produk dan promosi.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION
ON THE DECISION TO BUY NIKE SHOES PRODUCT**

**A study on Students of Sanata Dharma Campus Mrican and Paingan University
Yogyakarta**

Maria Fransiska Watu
Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2019

The aim of this study is to determine the influence of product quality and promotion both simultaneously and partially on the purchasing decisions of Nike shoes products for students of Sanata Dharma University in Campus Mrican and Paingan, Yogyakarta. This study uses 100 respondents chosen with a purposive incidental sampling technique. In collecting data, the researcher distributes a questionnaire to consumers directly. Instrument tests used are validity and reliability tests. The data analysis techniques used are multiple linear analysis techniques, classic assumption test, F test, t test. The results show that product quality and promotion have partially and simultaneously influence purchasing decisions of Nike shoes products for students of Sanata Dharma University in Mrican and Paingan, Yogyakarta.

Keywords: Product quality and promotion