

ABSTRAK

PENGARUH HARGA CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SEPATU ADIDAS

(Studi kasus pada mahasiswa kampus 1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

Yustiani Sesean

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga Citra Merek sepatu Adidas terhadap Minat Beli di Kampus 1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Data diperoleh dengan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* karena populasi tidak diketahui. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda, uji f (simultan, dan uji t parsial).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli sepatu Adidas di Kampus 1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, (2) harga tidak berpengaruh terhadap minat beli sepatu Adidas di Kmapus 1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, (3) citra merek berpengaruh terhadap minat beli sepatu Adidas di Kampus 1 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Implikasi dari penelitian ini, untuk mengembangkan citra merek sepatu Adidas yaitu dengan mengembangkan keunikan dari sepatu Adidas sehingga pesaing tidak dapat memuaskan keinginan konsumen dan konsumen menjadi loyal terhadap merek sepatu Adidas.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Minat Beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE BRAND IMAGE ON THE INTEREST IN BUYING ADIDAS SHOES PRODUCTS

(Case study on student of campus 1 Sanata Dharma University Yogyakarta)

Yustiani Sesean

Sanata Dharma University

Yogyakarta 2019

This study to determine the effect of Adidas shoes Price Brand Image in Buying Interest in campus 1 of Sanata Dharma University Yogyakarta. Data obtained by a questionnaire which distributed online through Google form. The samples in this study were 100 respondents using nonprobability sampling technique because the population is unknown. To test the hypotheses, the researcher used data analysis techniques, namely multiple regression, F test (simultaneous, and partial t-test).

The results of this study indicate that (1) price brand image influence the buying interest of Adidas shoes at campus 1 Sanata Dharma University Yogyakarta, (2) the price doesn't affect the buying interest of Adidas shoes at campus 1 of Sanata Dharma University Yogyakarta, (3) Brand image influences the buying interest of Adidas shoes at Campus 1 of Sanata Dharma University Yogyakarta. The implication of this research is to develop the brand image of Adidas shoes and the uniqueness of Adidas Shoes. Therefore, competitors cannot satisfy the desires of consumers and consumers become loyal adversely affected by Adidas brand shoes.

Keywords: Price, Brand Image, Purchase Interest