

## ABSTRAK

### **PENGARUH DESAIN PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU CONVERSE (STUDI PADA GENERASI MILENIAL)**

Tjhai Catherine Tanuwijaya

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh desain produk, promosi penjualan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Converse, (2) pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Converse, (3) pengaruh promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Converse, (4) pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Converse. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi yang digunakan adalah generasi milenial dengan rentang usia 21- 40 tahun. Sampel penelitian ini adalah 100 responden generasi milenial yang pernah membeli dan menggunakan sepatu Converse dan data diperoleh dengan membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa: (1) desain produk, promosi penjualan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, (2) desain produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, (3) promosi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, (4) kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Desain Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, SALES PROMOTION AND  
PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER PURCHASE DECISION AT CONVERSE  
SHOES (STUDY ON MILLENNIAL GENERATION)***

Tjhai Catherine Tanuwijaya

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2022

This study aim to determinate: (1) the influence of product design, sales promotion and product quality simultaneously on customer purchase decision at Converse, (2) the influence of product design partially on customer purchase decision at Converse, (3) the influence of sales promotion partially on customer purchase decision at Converse, (4) the influence of product quality partially on customer purchase decision at Converse. This sampling technique uses a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The population of this research are millennial generation which is at the age of 21- 40 years. The sample of this research is 100 respondent of millennial generation who already purchased and used Converse shoes and the data was obtained by distributing questionnaires. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis using the SPSS 23 application. The results of the study show that: (1) product design, sales promotion and product quality simultaneously influenced consumer purchase decision, (2) product design partially influenced consumer purchase decision, (3) sales promotion partially influenced consumer purchase decision, (4) product quality partially influenced consumer purchase decision.

Keyword: Product Design, Sales Promotion, Product Quality and Purchase Decision

