

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *CONVERSE*
(Studi pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Debora Kristiyani Tambunan
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 2) kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 3) harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 4) iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk sepatu *Converse*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk, harga dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 3) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, 4) Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu *Converse* pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND ADVERTISING ON
THE PURCHASE DECISION OF CONVERSE SHOES
(A Study of Students in the Special Region of Yogyakarta)***

Debora Kristiyani Tambunan
Management Study Program, Faculty of Economics,
Sanata Dharma University,
Yogyakarta
2025

This study aims to determine: 1) whether product quality, price, and advertising simultaneously influence the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 2) whether product quality partially influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 3) whether price partially influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 4) whether advertising partially influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta. The population in this study consists of all students in the Special Region of Yogyakarta who have ever purchased Converse shoes. The sample in this study consisted of 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with a purposive sampling method. The data analysis technique in this study was multiple linear regression analysis using IBM SPSS 25 software. The results of this study indicate that: 1) product quality, price, and advertising simultaneously influence the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 2) product quality influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 3) price influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta, 4) Advertising influences the decision to purchase Converse shoes among students in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Product Quality, Price, Advertising, and Purchase Decision.