

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU *SNEAKERS* MELALUI MEDIA SOSIAL DI BANDAR LAMPUNG

(Studi Kasus Pada Toko *Online Schuhe*)

Oleh

MUHAMMAD FIKRI FAKHRUDDIN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk sepatu *sneakers* melalui media sosial di Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang dilaksanakan di wilayah Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pengguna media sosial, terutama Instagram dan pernah membeli produk sepatu *sneakers* melalui media sosial di Bandar Lampung. Sampel sebanyak 179 responden dan diambil menggunakan Teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu *sneakers* melalui media sosial di Bandar Lampung, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sepatu *sneakers* melalui media sosial di Bandar Lampung, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sepatu *sneakers* melalui media sosial di Bandar Lampung.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU *SNEAKERS* MELALUI MEDIA SOSIAL DI BANDAR LAMPUNG

(Studi Kasus Pada Toko *Online Schuhe*)

Oleh

MUHAMMAD FIKRI FAKHRUDDIN

This research aims to determine the influence of product quality, price and service quality on purchasing decisions for sneaker products via social media in Bandar Lampung. This research is explanatory research carried out in the Bandar Lampung area. The population in this research are all consumers who use social media, especially Instagram and have purchased sneaker products via social media in Bandar Lampung. The sample consisted of 179 respondents and was taken using purposive sampling technique. Data was collected using a questionnaire. Data analysis uses multiple linear regression.

The results of this research show that product quality has no influence on the decision to purchase sneaker products via social media in Bandar Lampung, price has a positive influence on the decision to purchase sneaker products via social media in Bandar Lampung, and service quality has a positive influence on the decision to purchase sneaker products via social media in Bandar Lampung.

Keywords: product quality, price, service quality, and purchasing decisions.