

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal *Ortuseight* (Studi Pada Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa Futsal Putra dan Putri UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)” yang ditulis oleh Puguh Priyo Wibowo NIM. 126405202198. Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Bisnis dan Manajemen. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan Dosen Pembimbing Risdiana Himmati M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena perkembangan dunia olahraga begitu populer di kalangan masyarakat salah satunya futsal. Hal ini yang menjadi peluang perusahaan sepatu futsal untuk memperluas mereknya dikancah perfutsalan nasional. Produk sepatu futsal merek *Ortuseight* menjadi salah satu rekomendasi sepatu terbaik asli Indonesia pada saat ini. Mempunyai desain keren, dengan teknologi modern dan harga yang terjangkau membuat *Ortuseight* laris di pasaran. Persaingan yang sangat ketat ini memberikan tekanan pada perusahaan untuk menawarkan produknya yang berkualitas berbeda dari produk-produk pesaingnya. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk (1) untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal *ortuseight*, (2) untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal *ortuseight*, (3) untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu futsal *ortuseight*, (4) untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu futsal *ortuseight*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada konsumen. data kuesioner di analisis menggunakan SPSS dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk dalam penggunaan sepatu futsal *Ortuseight* terbukti meningkatkan keputusan pembelian konsumen, (2) persepsi harga oleh pengguna sepatu futsal *Ortuseight* terbukti meningkatkan keputusan pembelian konsumen, (3) *brand image* oleh pengguna sepatu futsal *Ortuseight* terbukti meningkatkan keputusan pembelian konsumen, (4) kualitas produk, persepsi harga, dan *brand image* terbukti meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, *Ortuseight*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on the Decision to Purchase Ortuseight Futsal Shoes (Study in the Sports Activity Unit of Men's and Women's Futsal Students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" written by Puguh Priyo Wibowo NIM. 126405202198. Faculty of Islamic Economics and Business. Business and Management Department. Sharia Business Management Study Program. Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, with Supervisor Risdiana Himmati M.Si.

This research is motivated by the phenomenon of the development of the world of sports which is very popular among the public, one of which is futsal. This is an opportunity for futsal shoe companies to expand their brand in the national futsal arena. The Ortuseight brand futsal shoe product is one of the recommendations for the best authentic Indonesian shoes at the moment. Having a cool design, modern technology and affordable prices makes Ortuseight popular on the market. This very tight competition puts pressure on companies to offer quality products that are different from their competitors' products. The aim of this research was to (1) analyze the influence of product quality on the decision to purchase Ortuseight futsal shoes, (2) to analyze the influence of price perception on the decision to purchase Ortuseight futsal shoes, (3) to analyze the influence of brand image on the decision to purchase Ortuseight futsal shoes, (4) to analyze the influence of product quality, price perception, and brand image on purchasing decisions for Ortuseight futsal shoes. This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The technique for taking research samples uses purposive sampling. The type of data used is primary data obtained from questionnaires distributed to consumers. Questionnaire data were analyzed using SPSS using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of this research show that (1) product quality in using Ortuseight futsal shoes is proven to increase consumer purchasing decisions, (2) price perception by Ortuseight futsal shoe users is proven to increase consumer purchasing decisions, (3) brand image by Ortuseight futsal shoe users is proven to increase decisions consumer purchases, (4) product quality, price perception, and brand image are proven to increase consumer purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Brand Image, Purchase Decision, Ortuseight*