

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Sepatu Bola Mills Pada PSB Di Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Muh Rheza Bahrurudin NIM.126405212119. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Bisnis dan Manajemen. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan Dosen Pembimbing Dr. Muniri, M.Pd.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli, Sepatu Bola, Mills

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena dalam bidang olahraga yang semakin berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun. Olahraga sepak bola adalah olahraga yang paling diminati. Dengan fenomena di atas para penggemar sepak bola mulai membutuhkan sepatu sepak bola untuk menunjang kualitas dalam bermainnya. Masyarakat lebih menyukai produk lokal dibandingkan produk impor karena bukan hanya harga yang terjangkau, namun kualitas yang diberikan, salah satunya ialah produk lokal sepatu bola Mills. Melihat banyaknya produk sepatu bola lokal yang beredar seperti Ortuseight, Specs, dan lainnya. tentunya sebagai konsumen akan mempertimbangkan banyak hal dalam melakukan minat pembelian terhadap suatu produk sepatu bola. Tujuan penelitian ini untuk (1) menguji pengaruh citra merek terhadap minat beli pada produk sepatu bola mills, (2) untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli pada produk sepatu bola mills (3) untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada produk sepatu bola mills (4) untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat beli pada produk sepatu bola mills, (5) untuk menguji pengaruh citra merek, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli pada produk sepatu bola mills.

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 100 responden. Data kuesioner di analisis menggunakan SPSS 25 dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli sepatu bola mills pada PSB di Kabupaten Tulungagung. Kemudian melalui uji T menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu bola mills pada PSB di Kabupaten Tulungagung, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu bola mills pada PSB di Kabupaten Tulungagung, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu bola mills pada PSB di Kabupaten Tulungagung dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepatu bola mills pada PSB di Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Brand Image, Price, Product Quality, and Promotion on Buying Interest in Mills Ball Shoes at PSB in Tulungagung Regency" written by Muh Rheza Bahrurudin NIM.126405212119. Faculty of Economics and Islamic Business. Department of Business and Management. Sharia Business Management Study Program. Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, with Supervisor Dr. Muniri, M.Pd.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Promotion, Interest in buying, Ball Shoes, Mills

This research is motivated by the phenomenon in the field of sports which is growing rapidly from year to year. Soccer is the most popular sport. With the above phenomenon, soccer fans began to need soccer shoes to support the quality of their play. People prefer local products over imported products because not only are the prices affordable, but the quality provided, one of which is the local product Mills soccer shoes. Seeing the many local soccer shoe products in circulation such as Ortuseight, Specs, and others. of course, as consumers will consider many things in making purchase interest in a soccer shoe product. The purpose of this study is to (1) examine the effect of brand image on buying interest in mills soccer shoe products, (2) to examine the effect of price on buying interest in mills soccer shoe products (3) to examine the effect of product quality on buying interest in mills soccer shoe products. (4) to examine the effect of promotion on buying interest in mill ball shoe products, (5) to examine the effect of brand image, price, product quality, and promotion on buying interest in mill ball shoe products.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. The technique in sampling research using purposive sampling. The type of data used is primary data obtained from questionnaires distributed to 100 respondents. The questionnaire data was analyzed using SPSS 25 using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis testing, and determination coefficient test.

The results of the F test research show that the variables of brand image, price, product quality and promotion have a positive and significant effect together on the interest in buying mill ball shoes at PSB in Tulungagung Regency. Then through the T test, it shows that the brand image variable has a positive and significant effect on the interest in buying mill ball shoes at PSB in Tulungagung Regency, the price variable has a positive and significant effect on the interest in buying mill ball shoes at PSB in Tulungagung Regency, the product quality variable has a positive and significant effect on the interest in buying mill ball shoes at PSB in Tulungagung Regency and the price variable has a positive and significant effect on the interest in buying mill ball shoes at PSB in Tulungagung Regency.