

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Sepatu Converse di Kota Padang)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**Taufik Ramzi**

**2010011211167**

**Dosen : Reni Yuliviona S.E, M.M, Ph.D**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
TAHUN AKADEMIK GENAP 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

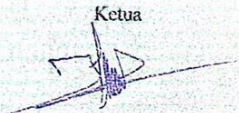
### HALAMAN PENGESAHAN

#### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Sepatu Converse di Kota Padang)

Oleh:  
Nama: Taufik Ramzi  
NPM: 2010011211167

Tim Penguji

Ketua

  
(Reni Yuliviona, S.E., M.M., Ph.D)

Sekretaris

  
(Linda Wati, S.E., M.Si)

Anggota

  
(Nailal Husha, S.E., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 12 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta  
Dekan

  
(Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si)

## JUDUL SKRIPSI

### JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Sepatu Converse di Kota Padang)**

Oleh:

Nama: Taufik Ramzi

NPM: 2010011211167

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 12 Agustus 2024

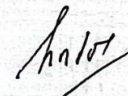
Menyetujui

Pembimbing



(Reni Yuliviona, S.E., M.M., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si )

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**” merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan hasil karya untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2024  
penulis

**Taufik Ramzi**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Sepatu Converse di Kota Padang)**

**Taufik Ramzi<sup>1</sup>, Reni Yuliviona<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : [taufikramzi09@gmail.com](mailto:taufikramzi09@gmail.com), <sup>2)</sup>[reniyuliviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyuliviona@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan seberapa pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian pada Sepatu converse di Kota Padang. Studi empiris ini dilakukan untuk pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian pada Sepatu converse di Kota Padang. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji tiga hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Data diperoleh dari 80 responden yang pengguna Sepatu converse di Kota Padang. Kuisioner yang disebarakan secara langsung ke seluruh kota Padang yang digunakan untuk mengumpulkan data. Metode yang digunakan adalah pengujian instrument penelitian dan pengujian regresi linear berganda menggunakan Software IBM SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Sepatu converse di Kota Padang sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan pembelian pada Sepatu converse di Kota Padang .

**Kata Kunci:** Keputusan pembelian, kualitas produk, harga, promosi, IBM SPSS 27



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION ON  
CONSUMER PURCHASING DECISIONS  
(Case Study of Converse Shoes in Padang City)**

**Taufik Ramzi<sup>1</sup> , Reni Yuliviona<sup>2</sup>**

*Management development, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bung Hatta University*

E-mail : <sup>1)</sup>[taufikramzi09@gmail.com](mailto:taufikramzi09@gmail.com) <sup>2)</sup>[reniyuliviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyuliviona@bunghatta.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research aims to prove how much influence product quality, price and promotion have on purchasing decisions for Converse shoes in Padang City. This empirical study was conducted to determine the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions for Converse shoes in Padang City. Quantitative analysis techniques were used to test three hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. The sampling technique in this research is purposive sampling. Data was obtained from 80 respondents who wear Converse shoes in Padang City. Questionnaires distributed directly throughout the city of Padang were used to collect data. The method used is research instrument testing and multiple linear regression testing using IBM SPSS 27 software. The results of the research show that product quality and promotion have a significant effect on purchasing decisions for Converse shoes in Padang City, while price has no significant effect on purchasing decisions for Converse shoes in Padang City. Padang city.*

**Keywords:** *Purchasing decisions, product quality, price, promotion IBM SPSS 27*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah Nya pada penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan. Sebagai judul penelitian adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse Di Kota Padang”. Untuk menulis disertasi yang merupakan salah satu syarat meraih gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta .

Dalam proses penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, terutama kepada:

1. Ibu prof.Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Herawati,S.E.,M.Si.,Ak.,CA.menjabat sebagai wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Lindawati, S.E., M.Si menjabat sebagai ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Purbo Jadmiko,SE., M.Si menjabat sebagai sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Reni Yuliviona ,SE.,M.M.,Ph.D sebagai Pembimbing atas segala bantuannya yang tulus ikhlas memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.

7. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Kedua orang tua tercinta Ayahanda dan Ibunda yang selalu mendukung dan mendoakan agar mendapat kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan.
9. Semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
10. Teristimewa untuk diri penulis sendiri yang sudah berjuang dari awal perkuliahan sampai di titik terakhir perkuliahan menyelesaikan skripsi dengan penuh kesabaran dengan penuh rasa percaya diri.
11. Penulis menyadari skripsi yang dibuat jauh dari kata sempurna, sehingga masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat kelemahan, kekurangan dan kesalahan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini berguna bagi pembaca semua.

Padang, Juli 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Literatur.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.2 Pentingnya Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas produk.....	10
2.1.2.2 Pentingnya Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Harga.....	14
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	14
2.1.3.2 Pentingnya Harga.....	15
2.1.4 Promosi.....	16
2.1.4.1 Pengertian Promosi.....	16
2.1.4.2 Pentingnya Promosi.....	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.2.1 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.2.2 Harga terhadap keputusan pembelian.....	20
2.2.3 Promosi terhadap keputusan pembelian.....	22
2.3 Kerangka konseptual.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan sumber data.....	26
3.4 Definisi operasional variabel.....	26
3.4.1 Keputusan pembelian.....	26

3.4.2	Kualitas produk .....	28
3.4.3	Harga.....	28
3.4.4	Promosi .....	29
3.5	Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1	Uji Validitas Dan Rehabilitas.....	30
3.5.1.1	Uji Validitas .....	30
3.5.1.2	Uji Reheabilitas .....	30
3.5.2	Analisis Deskriptif.....	30
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.5.3.1	Uji Normalitis .....	32
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
3.5.5	Uji Hipotesis.....	33
3.5.5.1	R Square .....	33
3.5.5.2	uji T-Statistik .....	34
3.5.6	Koefisien Diterminasi .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Deskripsi Responden.....	36
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Umur .....	36
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian .....	39
4.2.1	Uji Validitas .....	39
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Analisis Deskriptif.....	43
4.3.1	Keputusan Pembelian (Y) .....	44
4.3.2	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ).....	45
4.3.3	Harga (X <sub>2</sub> ).....	46
4.3.4	Promosi (X <sub>3</sub> ).....	47
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	48
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4.6	Pengujian Hipotesis.....	50
4.6.1	Uji R-Square.....	50
4.6.3	Uji T.....	51
4.7	Pembahasan .....	52
4.7.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse di Kota Padang. ....	52
4.7.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse di Kota Padang.....	54
4.7.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian Sepatu Converse di Kota Padang. ....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>57</b>
5.1	Kesimpulan.....	57

5.2 Implikasi Penelitian .....	57
5.3 Keterbatasan dan Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Sepatu Converse Di Indonesia .....	2
Tabel 1. 2 Fenomena Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Converse Kota Padang.....	3
Tabel 3. 1 Kriteria Tingkat Capaian Responesn (TCR) .....	32
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	36
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	37
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4. 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 4. 7 Uji Validitas Kualitas Produk.....	41
Tabel 4. 8 Uji Validitas Harga.....	41
Tabel 4. 9 Uji Validitas Promosi.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Reabilitas .....	43
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk .....	45
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Harga.....	46
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Promosi .....	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4. 16 Hasil Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4. 17 Hasil Uji R-square .....	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji F-statistik .....	51
Tabel 4. 19 Hasil Uji t .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	24
---------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> .....	63
Lampiran 2 Koisioner Penelitian .....	78
Lampiran 3 Tabulasi Data .....	83
Lampiran 4 Karakteristik Responden .....	92
Lampiran 5 Analisi Deskriptif .....	93
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian .....	98
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Produk .....	99
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reabilitas Harga .....	100
Lampiran 9 Uji Validitas dan Reabilitas Promosi .....	101
Lampiran 10 Uji Normalitas .....	102
Lampiran 11 Uji Regresi Linear Berganda .....	103
Lampiran 12 Uji R square .....	104
Lampiran 13 Uji F Statistik .....	105

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia, industri fashion berkembang pesat sejalan dengan kemajuan teknologi yang terus meningkat. Perkembangan ini berdampak pada pemahaman masyarakat tentang fashion yang semakin modern dan beragam. Sekarang, fashion tak hanya mencerminkan gaya berpakaian, tetapi juga menjadi kebutuhan bagi banyak orang, terutama generasi muda yang aktif mengikuti tren. Pengaruh gaya Barat, baik dalam desain maupun bahan, sangat kentara dalam industri fashion Indonesia, dengan merek-merek luar negeri seperti H&M, Zara, Converse, Uniqlo, dan Pull&Bear mendominasi pasar lokal.

Sepatu memiliki peran penting dalam dunia fashion. Selain digunakan sebagai pelindung kaki, sepatu juga menjadi bagian penting dalam memperindah penampilan seseorang. Tingginya minat konsumen terhadap sepatu mendorong produsen untuk lebih proaktif dan kreatif dalam menciptakan produk yang unik dan menarik. Kualitas menjadi faktor yang sangat penting bagi produsen sepatu, termasuk dalam pemilihan bahan berkualitas tinggi yang dapat memengaruhi kenyamanan dan ketahanan produk tersebut.

Converse sebuah perusahaan sepatu asal Amerika, terus melakukan inovasi pada produknya. Mereka secara rutin meluncurkan seri sepatu dengan desain ikonik dan variasi motif serta warna untuk mengikuti tren konsumen dan perkembangan zaman. Keistimewaan Converse terletak pada kemampuannya untuk mempertahankan kesan klasik sambil menyesuaikan motif, warna, dan jenis



sepatu sesuai dengan preferensi generasi muda. Penggunaan bahan berkualitas tinggi, seperti kulit dan kanvas, serta jahitan yang kokoh, menjadi ciri khas produk Converse. Keunggulan ini berdampak positif pada pengalaman konsumen dan membangun hubungan yang erat dengan merek tersebut.

Secara keseluruhan, industri fashion di Indonesia, terutama dalam produksi sepatu, mengalami dinamika yang signifikan. Pengaruh gaya Barat, kualitas produk, inovasi, dan ketepatan dalam menangkap selera konsumen menjadi faktor-faktor utama yang mendukung pertumbuhan industri fashion di Indonesia. Keunggulan-keunggulan tersebut membuat merek seperti Converse mudah dikenali dan memberikan dampak positif pada persepsi dan minat beli konsumen. Hal ini tercermin dari peningkatan kinerja produk sepatu Converse dalam beberapa tahun terakhir, sebagaimana terdokumentasi dalam situs resmi TopBrand Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa sepatu Converse tetap diminati dan diinginkan oleh banyak orang.

**Tabel 1. 1**  
**Top Brand Indeks sepatu Converse di Indonesia**

<b>Brand</b>	<b>TBI 2023</b>
Adidas	16,8 %
Converse	10,5%
Ardiles	9,4%
Bata	7,0%
Airwalk	6,8%

Sumber : Top Brand, 2023

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa Converse merupakan salah satu produk fashion sepatu yang sangat digemari di Indonesia. Menurut Top Brand Index 2023, Converse menduduki posisi kedua dengan Top

Brand Index (TBI) sebesar 10,5% dalam kategori Brand sepatu Casual. Hal ini menunjukkan bahwa Converse memiliki pangsa pasar yang signifikan dan mendapat pengakuan yang tinggi dari konsumen di Indonesia dalam kategori sepatu kasual. Untuk mengungkap fenomena terkait kepuasan pelanggan pada Merek Sepatu Converse dilakukan survei awal kepada 30 responden dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Fenomena Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Converse Di Kota Padang**

No	Pernyataan	Jawaban					Skor Total	Rata-Rata(%)
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya membeli sepatu merek converse sesuai keinginan dan kebutuhan	3	7	10	6	4	91	3,03%
2	Sepatu merek converse memiliki manfaat yang sesuai dengan yang saya butuhkan	4	7	11	6	4	95	3,16%
3	Sepatu merek converse sesuai dengan harga yang ditetapkan	3	6	10	5	6	95	3,16%
4	Saya ingin melakukan pembelian ulang sepatu merek converse	4	6	9	7	4	85	2,83%
Rata-Rata								3,04%
Tingkat Capaian Responden (TCR)								60,9%

**Sumber : Survei 2024**

Berdasarkan tabel yang disajikan, skor rata-rata jawaban responden untuk Merek Sepatu Converse adalah 3,04% dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan (TCR) sebesar 60,9%. Sehingga dapat diartikan kepuasan pelanggan pada sepatu converse tergolong dalam kategori rendah (Arikunto, 2006).

Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan konsumen dalam memilih alternatif pilihan sebuah produk dan dinilai sebagai tindakan untuk

memenuhi kebutuhan (Lestari, P., & Saifuddin, 2020). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk

Kualitas produk merupakan faktor yang menggambarkan sebuah Produk untuk diproduksi dan memberi nilai pada produk tersebut (Haryono, T., & Marniyati, 2018) selain Kualitas Produk Keputusan Pembelian juga dipengaruhi oleh Harga

Menurut (Kasmir dan Jakfar, 2010) menyatakan bahwa Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Selain dari kualitas produk dan harga promosi juga mempengaruhi Keputusan Pembelian,

Promosi bagian yang penting yang perlu mendapatkan perhatian dalam suatu pemasaran, jika promosi tidak diberikan dengan baik maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang dipasarkan. Promosi atau Iklan adalah tindakan memperkenalkan suatu produk atau jasa untuk menarik minat masyarakat (pembeli). (Shaid, 2022)

Penelitian ini merupakan hasil **pengembangan** dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aghitsni & Busyra, (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor” dengan variabel bebas yaitu kualitas produk dan variabel terikatnya keputusan pembelian, yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian dikembangkan dengan menambahkan variabel bebas yaitu harga yang terdapat pada penelitian (Faridah et al., 2023) dengan judul penelitian yaitu “Promosi dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian di Agent Traveloka” yang dijadikan variabel bebasnya yaitu promosi dan harga dan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian yang menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan yang terakhir menambahkan variabel bebas yaitu promosi dari penelitian yang dilakukan oleh Wulansari, (2019) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Boga Sejahtera di Cikarang” yang dijadikan variabel bebasnya yaitu promosi dan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian dengan variabel bebas yaitu kualitas produk dan variabel terikatnya keputusan pembelian, yang menyimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Merek Sepatu Converse”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam peneltian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada merek sepatu Converse di kota Padang ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada merk sepatu Converse di kota Padang ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada merk sepatu Converse di kota Padang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada merek sepatu Converse di kota Padang
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada merek sepatu Converse di kota Padang
3. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian ulang pada merek sepatu Converse di kota Padang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penulisan ini adalah :

1. Secara teoritis

Meningkatkan pengetahuan pembaca mengenai pengaruh kualitas produk, harga, promosi mempengaruhi keputusan pembelian. Dan bisa digunakan sebagai referensi atau kerangka ide untuk pengembangan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Secara praktikal

Sebagai elemen yang dipertimbangkan oleh merek Converse dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif serta memberikan informasi tambahan kepada pelanggan. Ini juga melibatkan analisis tentang bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi penjualan memengaruhi keputusan pembelian produk Converse, sebagai langkah krusial bagi perusahaan guna meningkatkan kinerja dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dan juga untuk

menjadi dasar pengambilan keputusan yang penting bagi kepentingan perusahaan di masa mendatang.