

ABSTRACT

Dhiyaudini Febrianisari (1178020057) : “Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Compass di Bekasi

The development of technology and information sources that are increasingly developing greatly affect various companies, one of which is a company engaged in the fashion business. Fashion is a human clothing need which is currently a profitable and attractive business choice. Shoes are one of the choices in clothing.

The purpose of this study was to determine the effect of innovation and brand image on purchasing decisions for compass shoes on students who use compass shoes in Bekasi. The formulation of the problem focuses on the influence of innovation and brand image on purchasing decisions for compass shoes for students who use compass shoes in Bekasi. Poaii research problems in marketing concentration that this science is very important for marketing concentration science in highlighting this research.

*The research method used in this research is descriptive verification method with a qualitative approach. The sampling technique in this study was carried out by non-probability sampling using accidental techniques, with 100 respondents. The data processing techniques are validity test, reliability test, correlation analysis, multiple regression analysis, partial test (*t* test), simultaneous test (*f* test) and multiple determination coefficient (*R*²).*

The results of the study show that (1) Product Innovation has a positive and significant effect on Purchase Decisions. (2) Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decisions. (3) Product Innovation and Brand Image have a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Kata Kunci: Product Innovation, Brand Image, Purchase Decision

ABSTRAK

Dhiyaudini Febrianisari (1178020057) : “Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Compass di Bekasi

Perkembangan teknologi dan sumber informasi yang semakin berkembang sangat berpengaruh terhadap berbagai perusahaan, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bisnis fashion. Fashion merupakan kebutuhan sandang manusia yang saat ini merupakan pilihan bisnis yang menguntungkan dan menarik. Sepatu adalah salah satu dari pilihan dalam berpakaian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui mengenai pengaruh inovasi dan brand image terhadap keputusan pembelian sepatu compass pada mahasiswa pengguna sepatu compass di Bekasi. Rumusan masalah berfokus pada pengaruh inovasi dan brand image terhadap keputusan pembelian sepatu compass pada mahasiswa pengguna sepatu compass di Bekasi. Tujuan penelitian dalam konsentrasi marketing bahwa keilmuan ini sangat penting untuk keilmuan konsentrasi marketing dalam menyoroti penelitian ini.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan non probability sampling dengan menggunakan teknik aksidental, dengan responden berjumlah 100 responden. Teknik pengolahan datanya berupa uji validitas, uji reabilitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisien determinasi berganda (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Inovasi Produk dan Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Brand Image, Keputusan Pembelian