

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS  
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**Nama : Ike Nandita**  
**Nim : 212019101**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS**  
**DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : Ike Nandita**  
**Nim : 212019101**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PRODI MANAJEMEN**  
**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ike Nandita

NIM : 212019101

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 25 Februari 2023



Ike Nandita

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di  
Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.  
Nama : Ike Nandita  
Nim : 212019101  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan  
Pada tanggal, Februari 2023

**Pembimbing I**



**Yudha Mahyom Ds, S.E.,M.Si**  
NIDN : 0221036902

**Pembimbing II**



**Nadia Afrilliana,S.E.,M.Si**  
NIDN : 0219048501

**Mengetahui  
Dekan  
Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si**  
NIDN: 0229057501

## **MOTO & PERSEMBAHAN**

**"Angin Tidak Berhembus Untuk Menggoyangkan Pepohonan,  
Melainkan Menguji Kekuatan Akarnya" - Ali bin Abi Thalib.**

**"Jangan Hidup Seperti Newton, Kebanyakan Gaya"**

Terucap syukur pada MU ya  
Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Ibu (Erna hartati) dan Bapak  
ku (Zulkifli) Tercinta
- ❖ kakakku (Oka pranata)

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillahrabibil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Sepatu Merek Adidas Terhadap Keputusan Pembelian Di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku **Bapak Zulkifli** dan **Ibu Erna Hartati** yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

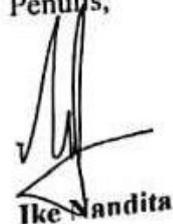
1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Zawawi Kohar, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Yudha Mahrom Ds, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana,S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi,S.E.,M.Si dan Ibu Anggreany Hustia,S.E.,M.M selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
7. Terima kasih kepada Instansi Kecamatan Seberang Ulu II Palembang yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, dan juga responden yang membantu mengisi pertanyaan kuesioner.
8. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikku angkatan 2019 (Sully rahmadhanty, sella dan nica) dan yang lainnya.
9. Terimakasih juga untuk patner terbaikku berinisial A yang sudah menyemangati dan mendoakan dalam pembuatan skripsi ini

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.**

Palembang, 25 Februari 2023  
Penulis,



Ike Nandita

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PRKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	9
1. Landasan Teori.....	9
2. Penelitian Sebelumnya.....	20

B. Kerangka Pemikiran .....	24
C. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Lokasi Penelitian .....	28
C. Operasionalisasi Variabel .....	29
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Data yang Diperlukan .....	31
F. Metode Pengumpulan Data.....	32
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	62
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table I.1 Pra riset Mengenai Produk Sepatu Adidas .....	5
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	23
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel IV.I Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel IV.2 Uji Reabilitas .....	44
Tabel IV.3 Keputusan Pembelian .....	47
Tabel IV.4 Kualitass Produk.....	49
Tabel IV.5 Harga.....	51
Tabel IV.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel IV.7 Hasil Uji F (Simultan) .....	55
Tabel IV.8 Hasil Uji t (Parsial) .....	56
Tabel IV.9 Hasil Koefisien Determinasi.....	57

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	10
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar IV.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
Gambar IV.2 Pendidikan Responden .....	45
Gambar IV.3 Usia Responden.....	46

## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik I.1 Top Brand For Gen-Z Index 2022.....	4

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan riset
- Lampiran 11 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 : Plagiat Cheker
- Lampiran 15 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 16 : Sertifikat AIK
- Lampiran 17 : Sertifikat Lain-lain
- Lampiran 18 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Ike Nandita/212019101/2023/ Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah *infinite* yaitu masyarakat Kecamatan Seberang Ulu II Palembang, jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F, uji t, dan analisis koefisien determinasi. Hasil hipotesis uji F menunjukkan ada pengaruh positif signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Hasil uji t, menunjukkan ada pengaruh positif secara parsial kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Hasil koefisien determinasi diperoleh variabel kualitas produk dan Harga mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian dengan besarnya sebesar 53,7% sedangkan sisanya sebesar 46,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

***Ike Nandita/212019101/2023/ The Influence of Product Quality and Price on the Purchase Decision of Adidas Brand Shoes in Seberang Ulu II District, Palembang***

*This study aims to determine the positive effect of product quality and price on purchasing decisions for Adidas brand shoes in Seberang Ulu II District, Palembang. The population in this study was infinite, namely the people of Seberang Ulu II Palembang District, the number of samples was 100 respondents who were taken by purposive sampling. The data used is primary data, while the data collection technique is a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression, F test, t test, and analysis of the coefficient of determination. The results of the F test hypothesis show that there is a significant positive effect on product quality and price on the decision to purchase Adidas brand shoes in Seberang Ulu II District, Palembang. The results of the t test show that there is a partial positive effect on product quality and price on the decision to purchase Adidas brand shoes in Seberang Ulu II District, Palembang. The results of the coefficient of determination obtained product quality and price variables can contribute to purchasing decisions with a magnitude of 53.7% while the remaining 46.3% is explained by other variables not included in this study.*

***Keywords: Product Quality, Price and Purchase Decision..***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran dinilai sangat penting dalam perannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Nilai setiap produk sebenarnya tergantung dari seberapa jauh produk tersebut dapat mendekati produk ideal. Maka dari itu perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan melakukan pengembangan produk dimana pengembangan tersebut dapat menjadi daya saing antar perusahaan. Keinginan dan kebutuhan konsumen sangatlah bervariasi dan selalu berubah-ubah sesuai dengan kondisi saat ini. Selain itu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian, oleh karena itu perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen untuk membantu para pemasar merancang bauran pemasaran, menetapkan segmentasi, merumuskan positioning dan pembedaan produk, memformulasi analisis lingkungan bisnisnya, mengembangkan riset pemasarannya (Nugroho Setiadi, 2019:6).

Perilaku konsumen mempelajari bagaimana orang mengidentifikasi kebutuhan, memilih dan memutuskan untuk membelinya. Menurut Novidiantoko (2018:48), perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencairan, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa *product and services*. Perilaku konsumen

merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk. Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Setiadi dalam Sunyoto, 2019:323). Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process* (Alma,2018:96).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, Menurut Ernawati, (2019:19) kualitas produk termasuk salah satu elemen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan kualitas produk merupakan aspek penting dalam membuat keputusan pembelian maka perusahaan harus berfokus pada kualitas produknya. Perusahaan dinyatakan lebih Berjaya, jika dapat memberikan kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Keller (2017:156) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan totalitas dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kebutuhan untuk memenuhi konsumen. Kualitas dari sebuah produk yang dirasakan oleh konsumen langsung mempengaruhi keputusan pembelian.

Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan pada penggunaannya.

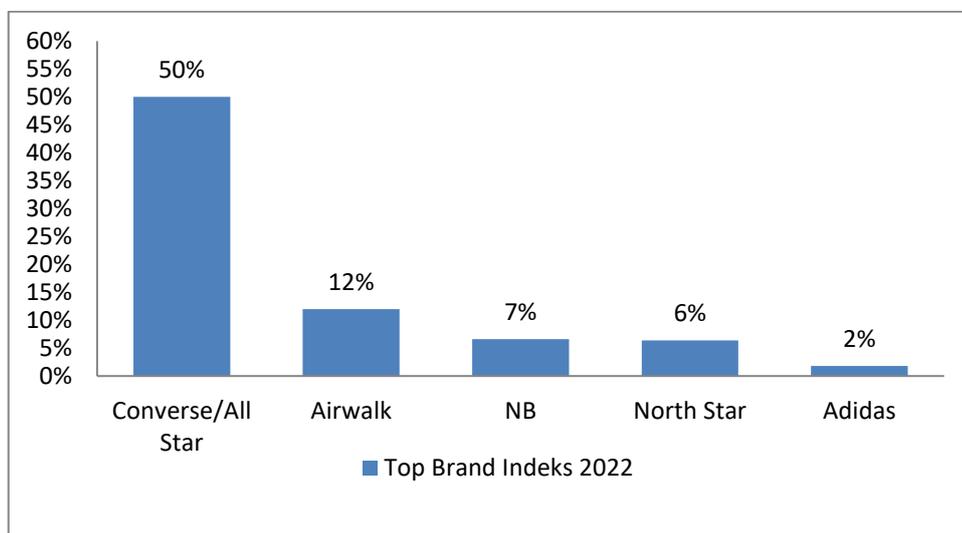
Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor harga yang merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jumlah dari nilai uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Alma (2020:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Harga juga berperan penting dalam pemasaran, harga yang terlalu mahal tidak dapat dijangkau oleh pasar sasaran, yang pada akhirnya membuat penjualan tersendat. Sebaiknya harga yang terlalu murah membuat perusahaan sulit menutup biaya atau mendapatkan laba. Oleh karena itu pemasaran harus cermat dalam menetapkan harga. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2019:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Sandal dan Sepatu, merupakan barang konsumsi yang tergolong tahan lama dan karakteristiknya selalu dibandingkan berdasarkan Produk, Harga, dan Promosi ketika melakukan proses pemilihan agar mereka merasa puas. Salah satunya Adidas, Adidas AG (juga dikenal sebagai adidas) adalah sebuah perusahaan sepatu Jerman. Perusahaan ini dinamakan atas pendirinya, Adolf (Adi) Dassler, yang mulai memproduksi sepatu pada 1920-an di Herzogenaurach dekat Nuremberg. Adidas adalah perusahaan pakaian olahraga terbesar di Eropa dan kedua terbesar di dunia setelah Nike. Namun di beberapa wilayah minat beli

sepatu ini masih rendah khususnya Indonesia, dikarenakan terdapat merek pesaing lainnya yang mampu merebut minat beli konsumen. Persaingan industri dibidang sepatu yang kompetitif ditunjukkan dari berbagai macam pilihan produk yang tersedia di pasar. Beberapa merek sepatu berada pada 5 kategori top brand untuk anak remaja zaman sekarang :

**Grafik I.1**

**Top Brand For Gen-Z Index 2022**



Sumber : <https://www.topbrand-award.com>,2022.

Dari berbagai Merek Sepatu yang diminati konsumen diantaranya Converse/All Star, Airwalk, New Balance, North Star, dan Adidas. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa konsumen lebih meminati produk Converse yang menduduki peringkat puncak dengan rata-rata penggunaan berada pada 50%. Kemudian disusul dengan brand Airwalk dengan tingkat penggunaan 12%. Hal ini menunjukkan perbedaan yang sangat jelas terlebih lagi pada brand Adidas yang berada pada posisi paling bawah digunakan konsumen dengan persentase

2%, diketahui brand ini sudah cukup terkenal diberbagai Negara akan tetapi tetap saja kalah dengan produk brand lainnya

Berdasarkan fenomena tersebut membuat peneliti bertanya-tanya mengapa bisa produk yang sudah terkenal cukup lama itu tidak dapat bersaing penggunaannya bagi anak muda jaman sekarang, maka peneliti mengajukan pertanyaan kepada 30 orang masyarakat sebagai berikut :

**Table I.1**  
**Pra riset Mengenai Produk Sepatu Adidas**  
**Di Kecamatan Seberang Ulu II**

<b>Pernyataan Tentang Produk Sepatu Adidas</b>			
No	Alasan	Setuju	Tidak Setuju
1	Produk Sepatu Adidas diminati karena banyak yang menyukainya	14	16
2	Sepatu merek Adidas lebih terkenal dibanding merek lainnya	12	18
3	Penyaluran Sepatu Adidas mudah ditemukan di hampir semua tempat.	10	20
4	Sepatu Adidas nyaman untuk dipakai tidak membuat panas dalam digunakan	13	17
5	Produk sepatu Adidas memiliki ketahanan penggunaan dalam jangka waktu yang lama	14	16
6	Produk sepatu Adidas memiliki bentuk dan warna yang menarik	12	18
7	Produk sepatu Adidas yang dijual di mall merupakan produk ori	17	13
8	Harga produk sepatu Adidas tidak begitu mahal sehingga terjangkau bagi konsumen	10	20
9	Harga sepatu Adidas sesuai dengan kualitas dengan bahan yang digunakannya.	11	19
10	Harga sepatu Adidas tidak jauh berbeda sehingga dapat bersaing dengan produk yang lainnya	10	20

Sumber : Kuesioner wawancara, 2022.

Dari hasil wawancara pra riset tersebut dapat dijelaskan informasi yang diperoleh tentang produk sepatu Adidas sebagai berikut :

Berdasarkan keputusan pembelian peneliti menyimpulkan terjadi permasalahan terhadap produk sepatu Adidas tersebut, hal ini dikarenakan konsumen beralasan kurang suka sehingga tidak berminat untuk membelinya, merek sepatu Adidas memang cukup terkenal akan tetapi masih banyak produk pesaingnya yang lebih terkenal dikalangan masyarakat dan Penyaluran Sepatu Adidas belum merata dan masih sulit untuk mudah ditemukan di hampir semua tempat.

Kemudian kualitas produk peneliti menyimpulkan terjadi permasalahan terhadap produk sepatu Adidas tersebut, hal ini dikarenakan konsumen beralasan sepatu Adidas belum nyaman untuk dipakai karena membuat panas saat digunakan, Produk sepatu Adidas tidak memiliki ketahanan penggunaan dalam jangka waktu yang lama dan Produk sepatu Adidas masih belum memiliki bentuk dan warna yang menarik.

Selanjutnya berdasarkan harga produk peneliti menyimpulkan terjadi permasalahan terhadap produk sepatu Adidas tersebut, hal ini dikarenakan Harga produk sepatu Adidas masih begitu mahal sehingga dapat terjangkau bagi konsumen, Harga sepatu Adidas belum sesuai dengan kualitas bahan yang digunakannya dan Harga sepatu Adidas berbeda dengan produk yang lainnya dengan harga yang lebih tinggi sehingga tidak dapat bersaing.

Hasil wawancara tersebut kemudian menimbulkan pertanyaan menyangkut beberapa elemen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk dan harga produk yang melekat pada produk sepatu Adidas. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini berusaha menganalisis faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk sepatu merek Adidas yang meliputi: kualitas produk dan harga produk.

Sehingga penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh positif kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang?
2. Adakah pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang?
3. Adakah pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh positif pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan agar bisa memahami dan dapat mengaplikasikan teori dan praktik yang di peroleh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya konsentrasi pemasaran.

2. Bagi perusahaan Sepatu Merek Adidas

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberi informasi yang berguna mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat membantu konsumen dalam keputusan pembelian, faktor yang dapat di perhatikan dari produsen sepatu adalah kualitas produk dan harga.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

## Daftar Pustaka

- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1-9.
- Agusani, D., & Agustin, S. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers di Tunjungan Plaza Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(9).
- Alma, Buchari. (2020) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Asiati, D. I., dkk. (2019) *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Damanik, H. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Merek Bata. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 2(2).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7*, 17–32
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasan, Iqbal (2017). *Statistik II*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Lestari, R. W., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Conversepada Mahasiswa Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 9(7).
- Mahmudi, R., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs Di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.

- Meithiana, Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Jawa Tengah: Unitomo Press.
- Novidiantoko. (2018). *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta : Deep Publisher.
- Setiadi, J. Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen: Edisi Pertama*. Cetakan Ketuju. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2020). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Widodo, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Sepatu Merek Bata Pada Toko Bata Tolitoli. *JAGOE: Journal Actual Organization Of Economic*, 1(1), 1-10.