

ABSTRAK

Sepakbola menjadi salah satu industri yang semakin berkembang, salah satunya dibidang inovasi sepatu sepakbola. Specs merupakan *brand* lokal yang mampu bersaing dengan merek asing. Penelitian ini melakukan uji pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian sepatu sepakbola merek Specs. Populasi dalam penelitian ini merupakan para pemain sepakbola se-Kecamatan Gringsing Kabupaten Batang dengan pengambilan sampel berjumlah 65 orang responden yang dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner kepada para responden dengan pengujian validitas menggunakan analisis *factor*, uji reliabilitas dengan *cronbach alpha*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian sepatu sepakbola merek Specs sedangkan citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian sepatu sepakbola merek Specs.

Kata kunci : Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga, Proses keputusan pembelian.

ABSTRACT

Football is becoming one of the growing industries, one of which is in the field of football shoe innovation. Specs is a local brand that is able to compete with foreign brands. This study tested the influence of product quality, brand image, and price perception on the decision process of purchasing Specs brand football shoes. Population in the study is a football player in The District Gringsing Batang with sampling of 65 respondents conducted using purposive sampling techniques. The data sources in this study were collected by disseminating questionnaires to respondents with validity testing using factor analysis, reliability test with cronbach alpha. Data analysis in this study using multiple linear regression analysis. The results of this study showed that the quality of the product has no effect on the decision process of purchasing football shoes specs brand while the brand image and price perception influence the decision process of purchasing football shoes brand Specs.

Keywords : Product quality, Brand image, Price perception, Buying decision process