

## ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Panji Setiadi NPM 0210U261 dengan judul Kinerja Promosi dan Kualitas Produk dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen sepatu Vikway Shoes. Jurusan Manajemen S1 Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung. Dibawah bimbingan Bapak Tezza Adriansyah Anwar, S.IP., M.M.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kinerja promosi dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Vikway Shoes. Kinerja promosi yang diberikan Vikway Shoes sudah baik dimata konsumennya. Selain itu, kualitas produk yang diberikan Vikway Soes sudah dikatakan berkualitas. Namun, hal tersebut berdampak lain terhadap keputusan pembelian konsumen Vikway Shoes yaitu konsumen lama masih setia membeli sepatu Vikway Shoes.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Sampel sebanyak 120 konsumen diperoleh dengan menggunakan teknik judgement sampling. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Analisis jalur digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik.

Keputusan pembelian konsumen sepatu Vikway Shoes dipengaruhi oleh kinerja promosi dan kualitas produk. Namun hanya variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Vikway Shoes. Sementara itu, variabel kinerja promosi tidak berpengaruh signifikan sehingga bisa diabaikan. Dan pengaruh variabel kualitas produk tersebut terhadap variabel keputusan pembelian adalah sangat kuat. Sedangkan besarnya pengaruh secara proporsional yang disebabkan oleh variabel lain diluar variabel tersebut dikatakan sangat lemah. Hal ini menunjukkan bahwa ada variabel lain diluar kedua variabel atau faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Vikway Shoes.

Kata Kunci : Kinerja Promosi, Kualitas Produk dan Prosesn Keputusan Pembelian konsumen

## ABSTRACT

*This research proposed by Panji Setiadi, NPM 0210U261 Faculty of Business & Management Widyatama University Bandung, with the title Promotion and Product Quality In Consumer Purchasing Decision in Vikway Shoes under the guidance of Mr. Tezza Adriansyah Anwar, S.IP., M.M.*

*This study's decisions in Vikway Shoes. Promosi is embedded Vikway Shoes been well in the eyes of the consumer. In addition, Vikway Shoes also has a quality product given. However, it is another impact on consumer purchasing decisions shoes in Vikway Shoes that consumers old still purchasing.*

*The method used descriptive verification method. A sample of 120 consumers was obtained by using judgement sampling technique. Meanwhile, the data are collected through interviews, questionnaires, and direct observation to obtain primary data. Path analysis used in this study to analyze the data statistically.*

*Consumer purchase decisions in Vikway Shoes influenced by the promotion and product quality. But only product quality variables have a significant impact on consumer purchasing decisions in Vikway Shoes. Meanwhile, promosi variables did not significantly influence consumer decision, so it can be ignored. And influence product quality variable on the purchasing decisions is very strong. While the effect proportionally caused by other variables outside the two variables above are said to be this study were also influenced on consumer purchasing decisions in Vikway Shoes.*

*Keywords : Promotion, Product Quality, and Consumer Purchase Decision*