

ABSTRAK

Diantara berbagai pilihan sepatu *casual* yang ada, Converse All Stars merupakan salah satu sepatu casual yang diminati oleh konsumen dan merupakan sepatu yang familiar di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan merek terhadap proses keputusan pembelian sepatu Converse All Stars di kalangan mahasiswa Universitas Telkom angkatan 2012-2015. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif, data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 pengguna Converse All Stars mahasiswa Universitas Telkom angkatan 2012-2015 dengan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berada pada posisi angka 81,48% dengan kategori baik, desain produk berada pada posisi angka 82,2% dengan kategori baik, merek berada pada posisi 84,6% dengan kategori sangat baik, proses keputusan pembelian berada pada angka 78,2% berada pada kategori baik.

kata kunci : Kualitas produk, desain produk, merek, proses keputusan pembelian