

ABSTRAK

Perkembangan industri sepatu di Indonesia sangatlah pesat, termasuk perusahaan yang baru berdiri ataupun yang sudah lama, termasuk produk lokal ataupun produk luar yang masuk ke Indonesia . Banyak para pengusaha baru melihat peluang pada bisnis penjualan sepatu yang kemudian memulai bisnis ini, yang akhirnya persaingan antar perusahaan sangatlah ketat. Perusahaan satu dengan perusahaan lainnya saling memberikan inovasinya dalam menarik konsumen. Salah satunya adalah perusahaan Vans yang sudah berdiri semenjak tahun 1970. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sepatu Vans di Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 responden di Kota Bandung, penelitian ini menggunakan model analisis, yaitu analisis faktor dengan model *Confirmatory Factor Analysis*. Dimensi yang mendasari keputusan pembelian pada penelitian ini adalah atribut produk, yang terdiri dari faktor merek produk, faktor pengemasan, faktor kualitas produk, faktor desain produk dan faktor fitur produk.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sepatu Vans adalah faktor kualitas produk dengan total *loading factor* 0,765. Sedangkan faktor yang paling rendah berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans adalah faktor fitur produk dengan total *loading factor* 0,595.

Kata kunci : Keputusan pembelian, Atribut Produk, CFA