

## ABSTRAK

Dewasa ini kebutuhan setiap manusia semakin kompleks setiap harinya mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan sekunder. Begitu juga dengan sepasang sepatu yang sudah menjadi kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia sehingga dalam hal industri dan bisnis, sepatu merupakan produk yang sangat menguntungkan untuk diperjual belikan. Produsen sepatu Adidas dalam melakukan inovasi untuk mendesain dan memasarkan produk Adidas Yeezy dengan cara berkolaborasi dengan artis *Hollywood* terkenal bernama Kanye West. Seiring dengan penjualan dan permintaan yang meningkat, banyak *reseller-reseller* yang kembali menjual *sneakers* ini dengan harga *resell* yang sangat tinggi dibandingkan dengan harga *retailnya*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga *resell* terhadap keputusan pembelian produk Adidas Yeezy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga *resell* dari produk Adidas Yeezy, bagaimana keputusan pembelian terhadap produk Adidas Yeezy, dan bagaimana pengaruh harga *resell* terhadap keputusan pembelian produk Adidas Yeezy.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Non-Probability Sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner ke komunitas-komunitas *sneakers* melalui media sosial Facebook. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, harga *resell* memiliki nilai 81,88% masuk ke dalam kategori sangat baik, sedangkan keputusan pembelian produk Adidas Yeezy memiliki nilai sebesar 83,4% juga termasuk dalam kategori sangat baik. Variabel harga *resell* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 64% sedangkan sisanya 36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga *Resell*, Keputusan Pembelian, Adidas Yeezy