ABSTRAK

Pesaingan dalam bisnis di suatu industri sepatu merupakan hal yang sudah tidak asing lagi dalam dunia bisnis. Salah satu faktor perusahaan agar dapat bersaing di pasar adalah memberikan nilai pada suatu produk agar konsumen menjadi loyal terhadap perusahan tersebut. Harga dari suatu produk menjadi sebuah pertimbangan bagi setiap konsumen saat memilih suatu produk yang diminati. Converse merupakan salah satu perusahaan yang memiliki harapan, yaitu agar konsumen mempunyai keputusan pembelian yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan. jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel di lakukan mengggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dan 100 responden. Populasi penelitian ini Mahasiswa di Kota Bandung yang menggunakan sepatu converse.

Hasil penelitian secara parsial diketahui bahwa kuaslitas produk memiliki positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di peroleh (thitung 3.936) > (ttabel 1.66088) dan angka sig 0.000 < 0,5. Secara parsial diketahui bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di peroleh (thitung 5.687) > (ttabel 1.66088) dan angka sig 0.000 > 0,05. Secara simultan diketahui bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Fhitung 108.745) > (Ftabel 3,09) dan angka sig 0.000 < 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.