

ABSTRAK

Industri sepatu di Indonesia mengalami perkembangan yang ditandai dengan variasi, desain sepatu yang terus berkembang. Adanya dukungan dari kepala balai pemberdayaan sepatu Indonesia kepada pelaku usaha kecil dan menengah akan terus mendorong perkembangan produk sepatu lokal untuk memenuhi kebutuhan pasar. Fenomena tersebut dipengaruhi oleh kesadaran pembeli dengan sepatu lokal, sehingga membuat perkembangan pesat dalam industri sepatu lokal.

Kota Bandung telah menghadirkan merek-merek seperti NAH Project, Brodo, Geoff Max, dan Ventela. Ventela, sebagai pionir di antara merek-merek lokal. Kualitas produk yang bagus membuat Ventela meningkatkan gaya hidup pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan menunjukkan dukungan untuk produk sepatu lokal. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan niat membeli kembali sepatu Ventela di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability* sampling dengan jenis *sampling purposive*, dan responden sebanyak 110 orang. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square* dengan *software SmartPls 3*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Niat Membeli Kembali