

ABSTRAK

Industri peralatan olahraga merupakan industri yang dapat berkembang pesat di Indonesia. Saat ini industri produk olahraga sangat kompetitif dalam menentukan harga, bentuk, warna, dan kualitas pada produknya. Merek pakaian, sepatu dan peralatan olahraga yang beredar di pasar industri olahraga Indonesia. Merek tersebut banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Setiap merek menetapkan harga yang cukup bersaing sesuai jenis dan segmen pasarnya.

Melalui penelitian maka akan mengetahui pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu Nike.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 400 responden pengguna produk sepatu Nike di Bandung.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Promosi dan Kualitas Produk sangat berpengaruh karena berdasarkan skor tertinggi yaitu hasil skor Promosi sebesar 79,2% dan Kualitas Produk sebesar 80,4%.

Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan hasil bahwa variabel Harga, Promosi dan Kualitas Produk sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Terutama skor yang tertinggi berada pada Kualitas Produk maka konsumen lebih banyak melakukan Keputusan Pembelian dikarenakan Kualitas Produk sepatu Nike, jika Kualitas Produk Nike menurun maka akan sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan penjual produk sepatu Nike pun akan sangat menurun.