

**PENGARUH KEBIJAKAN PROMOSI, HARGA, DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS OLD
SKOOL DI YOGYAKARTA**

Oleh: Dicky Ardiansyah, Sri Hardjanti, Dra., MM

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ardnsdic09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebijakan promosi, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta, dan mengetahui variabel mana yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Sedangkan, variabel independen dalam penelitian ini yaitu kebijakan promosi (X1), harga (X2) dan desain produk (X3). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk sepatu Vans Old Skool dan berdomisili di Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Dari hasil analisis analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa kebijakan promosi (X1) memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,249, harga (X2) memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,319, dan desain produk (X3) memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,213. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kebijakan promosi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *standarized coeffiecient beta* paling besar yaitu dengan nilai sebesar 0,344.

Kata kunci : promosi, harga, desain, keputusan pembelian

THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE AND PRODUCT DESIGN ON PURCHASING DECISION OF VANS OLD SKOOL SHOES IN YOGYAKARTA

*By: Dicky Ardiansyah, Sri Hardjanti, Dra., MM
Department of Management, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia*

ardnsdic09@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional policies, pricing and product design on purchasing decisions with Vans Old Skool shoes products in Yogyakarta, and find out which variable is the most dominant influence on purchasing decisions of Old Skool Vans shoes products in Yogyakarta. The dependent variable in this study is the purchase decision (Y). Meanwhile, the independent variables in this research are promotion policy (X1), price (X2) and product design (X3). Respondents in this study are consumers who have already bought Vans Old Skool shoes and live in Yogyakarta. The sampling method in this study uses non-probability sampling techniques with purposive sampling. From the results of multiple linear regression analysis analysis, it shows that promotion policy (X1) influences consumer purchasing decisions with a regression coefficient of 0.249, price (X2) influences consumer purchasing decisions with a regression coefficient of 0.319, and product design (X3) influences consumer purchasing decisions with regression coefficient of 0.213. From the results of the t test showed that the promotion policy variable has the most dominant influence on purchasing decisions with the highest value of the standardized coefficient beta, with a value of 0.344.

Keywords: *promotion, price, design, purchasing decision*