

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BADMINTON MEREK LI-NING**

Hezron Josi Manda  
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) kualitas produk, *word of mouth* dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning, 2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning, 3) *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning, 4) harga produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan produk sepatu badminton merek Li-Ning. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20 dan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk, *word of mouth* dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu badminton merek Li-Ning, 3) *word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu badminton merek Li-Ning, 4) harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu badminton merek Li-Ning

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Word Of Mouth, Harga Produk, Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, WORD OF MOUTH, AND PRODUCT PRICE ON THE DECISION TO PURCHASE LI-NING BRAND BADMINTON SHOES***

Hezron Josi Manda  
Management Study Program, Faculty of Economics  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta 2024

*This research aims to find out: 1) product quality, word of mouth and product price simultaneously influence purchasing decisions on Li-Ning brand badminton shoe products, 2) product quality on purchasing decisions on Li-Ning brand badminton shoe products, 3) word of mouth on purchasing decisions on Li-Ning brand badminton shoe products, 4) product price on purchasing decisions on Li-Ning brand badminton shoe products. The population in this study were all customers of Li-Ning brand badminton shoe products. The sample in this study was 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling method. The data analysis technique in this research is multiple linear analysis, hypothesis testing and coefficient of determination using the IBM SPSS 20 application and data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of this research show that: 1) product quality, word of mouth and product price simultaneously influence purchasing decisions for Li-Ning brand badminton shoe products, 2) product quality influences purchasing decisions for Li-Ning brand badminton shoe products, 3) word of mouth influences purchasing decisions for Li-Ning brand badminton shoe products, 4) product price influences purchasing decisions for Li-Ning brand badminton shoe products*

***Keywords: Product Quality, Word Of Mouth, Product Price, Purchase Decision.***