

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Toko Kulo Kota Semarang”. Penelitian dilakukan pada konsumen yang berkunjung ke Toko Kulo Kota Semarang. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Toko Kulo Kota Semarang.

Metode pengambilan sampel dengan cara *Non Probability Sampling* yakni salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Responden yang diambil sebanyak 100. Metode analisis yang dilakukan data secara kuantitatif yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, analisis korelasi parsial, serta analisis korelasi simultan, dimana dilakukan dengan bantuan alat uji SPSS 26.

Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig 0,165 serta t-hitung 1,398; Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig. 0,002 serta t-hitung 2,908; Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig. 0,000 serta t-hitung 5,106; Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Desain Produk secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig. 0,000 dan nilai F-hitung > F-tabel yakni sebesar $78,125 > 2,699$. Hasil persamaan regresi yaitu: $Y = 0,570 + 0,208 X_1 + 0,315 X_2 + 0,371 X_3 + e$. Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 70,9%.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study entitled "The Influence of Promotion, Service Quality, and Product Design on the Decision to Purchase Ventela Shoes at Kulo Stores, Semarang City". The research was conducted on consumers who visited the Kulo Store in Semarang City. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of promotion, service quality, and product design on the decision to purchase Ventela shoes at Kulo Stores, Semarang City.

The sampling method was Accidental Convenience Sampling, namely the sampling was carried out without the intention of the researcher. The respondents were taken as many as 100. The analytical method used was quantitative data which included validity and reliability tests, partial correlation analysis, and simultaneous correlation analysis, which was carried out with the help of SPSS 26 test equipment.

Promotion has no positive and significant effect on purchasing decisions with a sig value of 0.165 and a t-count of 1.398; Service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a value of sig. 0.002 and t-count 2,908; Product Design has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a sig value. 0.000 and t-count 5.106; Promotion, Service Quality, and Product Design together have a positive and significant influence on Purchase Decisions with a value of sig. 0.000 and the F-count > F-table which is 78.125 > 2.699. The results of the regression equation are: $Y = 0.570 + 0.208 X1 + 0.315 X2 + 0.371 X3 + e$. Purchasing decisions can be explained by the three variables indicated by the coefficient of determination (R²) of 70.9%.

Keywords: *Promotion, Service Quality, Product Design, and Purchase Decision.*