

The Influence of Brand Image, Product Quality, and Lifestyle on The Purchasing Decisions of Nike Shoes

By Muhamad Fajar Maulid

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effects of brand image, product quality, and lifestyle on the purchasing decisions of university students in South Jakarta when buying Nike shoes. The research is motivated by the intensifying competition within the footwear market, alongside the increasing circulation of counterfeit products and evolving consumer preferences. Utilizing a quantitative research design with descriptive and inferential methods, data analysis is conducted through the SmartPLS application. Information was collected via questionnaires distributed to 96 respondents who had experience purchasing and wearing Nike shoes. The results demonstrate that brand image, product quality, and lifestyle all have a significant and positive influence on consumers' purchasing decisions. Understanding these key factors enables companies to craft more effective marketing strategies to enhance customer loyalty and stimulate purchasing behavior. Additionally, this research provides valuable insights to enrich academic literature in the areas of consumer behavior and marketing strategy.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, Purchase Decision, Nike Shoes

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike

Oleh Muhammad Fajar Maulid

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kalangan mahasiswa Jakarta Selatan. Penelitian ini didasari oleh semakin sengitnya persaingan dalam industri alas kaki, yang juga diperparah dengan maraknya peredaran produk tiruan serta perubahan preferensi dan tren konsumen yang terus berkembang. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis inferensial, di mana proses pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 mahasiswa yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan sepatu Nike. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, mutu produk, serta gaya hidup memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan loyalitas konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Selain itu, hasil studi ini turut memberikan sumbangsih terhadap pengembangan literatur akademik, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan strategi pemasaran.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Sepatu Nike