

REEBOK SHOE CONSUMER BUYING INTEREST ANALYSIS

By Muhammad Kevyn Reza Pahlevi

Abstract

This study aims to analyze and prove Promotion, Brand Image, and Prices for Interest in Buying Reebok shoes. This research method uses quantitative descriptive with user population of sport shoes with 100 respondents. Data collection is done through a questionnaire with non-probability sampling methods, especially purposive sampling and testing this hypothesis using regression analysis probability level 5% (0.05). Data analysis techniques using Smart PLS 3.3.2. The results of this study indicate that (1) Promotion has a significant effect on Purchase Interest, (2) Brand Image has a significant effect on Purchaes Interset, and (3) Price have a significant effect on Purchase Interest.

Keywords: Promotion, Brand Image, Price, Purchase Interest

ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN SEPATU REEBOK

Oleh Muhammad Kevyn Reza Pahlevi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan Promosi, Citra Merek, dan Harga terhadap Minat Beli sepatu Reebok. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan populasi pengguna sepatu olahraga dengan 100 responden. Dengan melihat data melalui top brand index dalam jangka tahun 2017-2019 Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling* dan pengujian hipotesis ini menggunakan analisis regresi dengan nilai probabilitas 5% (0.05). Teknik analisis data menggunakan Smart PLS 3.3.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat beli, (2) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, dan (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Promosi, Citra Merek, Harga, Minat Beli