

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU  
VENTELA PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Program studi : Manajemen**



**Oleh :**

**NAMA : FAUZAN ADIN AZIMA**

**NIM : 041601503125058**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

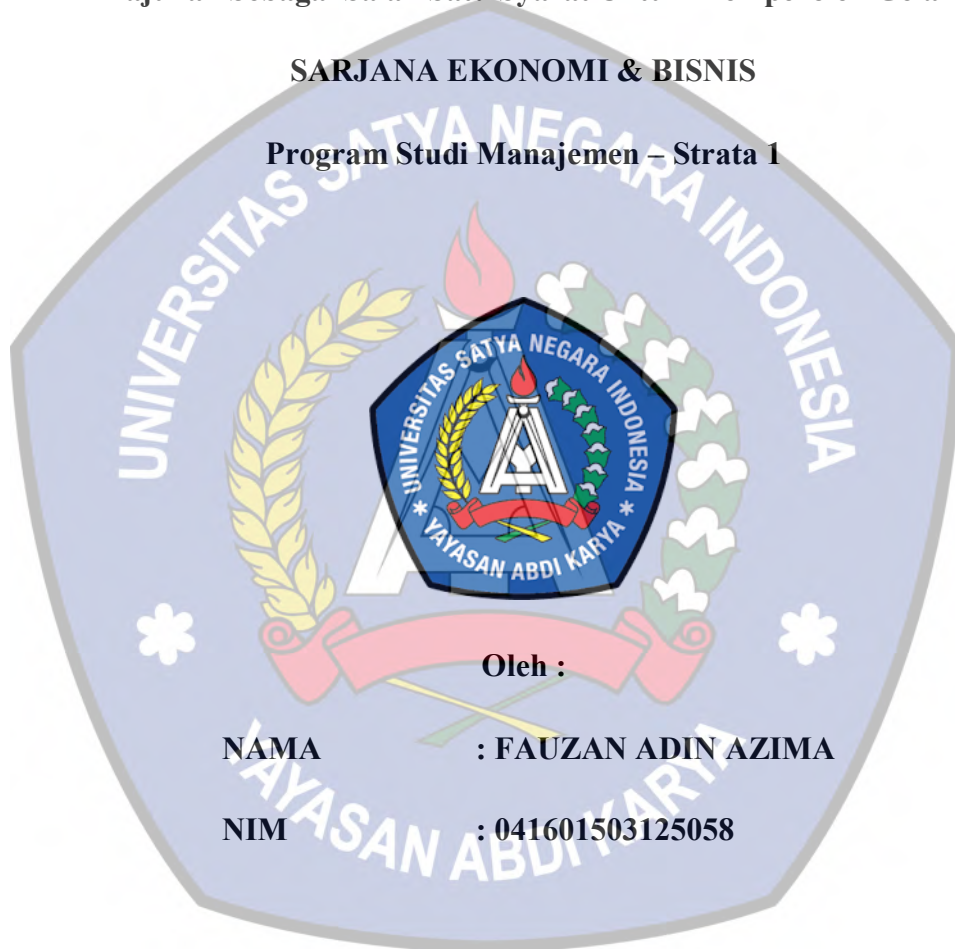
**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU  
VENTELA PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS SATYA  
NEGARA INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI & BISNIS**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Oleh :**

**NAMA : FAUZAN ADIN AZIMA**

**NIM : 041601503125058**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT  
DESIGN ON PURCHASING DECISIONS OF VENTELA  
SHOES PRODUCT FOR COLLEGE STUDENTS AT  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**THESIS**

**The Study Program : Management**



**BY :**

**NAME : FAUZAN ADIN AZIMA**

**NIM : 041601503125058**

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2021**

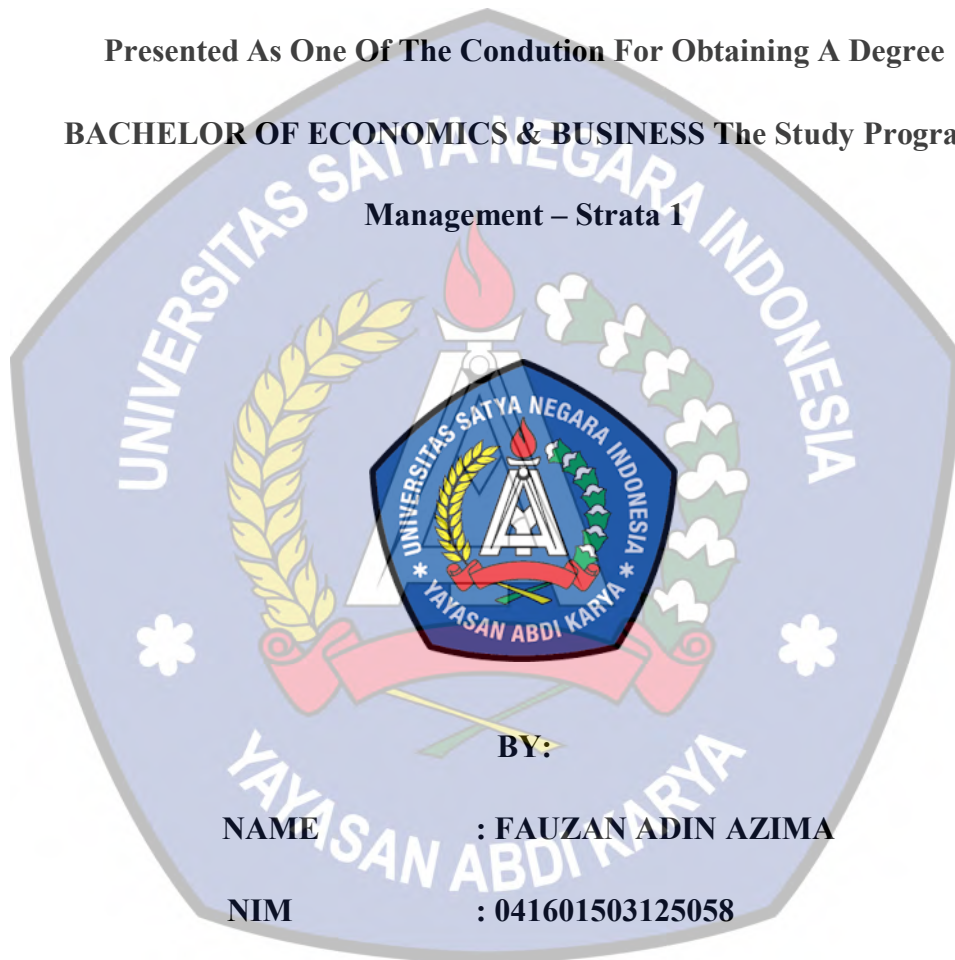
**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT  
DESIGN ON PURCHASING DECISIONS OF VENTELA  
SHOES PRODUCT FOR COLLEGE STUDENTS AT  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**THESIS**

**Presented As One Of The Condition For Obtaining A Degree**

**BACHELOR OF ECONOMICS & BUSINESS The Study Program**

**Management – Strata 1**



**BY:**

**NAME : FAUZAN ADIN AZIMA**

**NIM : 041601503125058**

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, promosi dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan selama September 2020 sampai Februari 2021 di Universitas Satya Negara Indonesia kepada mahasiswa yang menggunakan sepatu Ventela.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik Analisis Data menggunakan Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Uji Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Desain Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Secara Parsial (Uji t) Promosi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Desain Produk terdapat pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Harga, Promosi, Desain Produk dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*This study aims to see whether price, promotion and Product Design affect on Purchasing Decisions. This research was conducted from September 2020 to February 2021 in Satya Negara Indonesian University for college students using Ventela shoes.*

*Sampling using Non-Probability Sampling technique. The data in this study were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression, F test, t test, and determination coefficient test.*

*The results showed that simultaneously (F test) there was a significant influence between the variables of Price ( $X_1$ ), Promotion ( $X_2$ ) and Product Design ( $X_3$ ) on Purchasing Decisions ( $Y$ ). Partially (t test) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions and product design has a positive effect on purchasing decisions, while price does have a negative and not significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords: Price, Promotion, Product Design and Purchasing Decisions**