

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis sepatu sepak bola semakin hari semakin ketat, apalagi Indonesia mempunyai penduduk yang menggemari olah raga sepak bola tidaklah sedikit sehingga hal ini menjadi pasar yang bagus untuk memasarkan sepatu sepak bola. Masing-masing produsen berlomba-lomba untuk membuat sepatu sepak bola dengan desain yang kekinian agar tetap diminati oleh konsumennya, produsen juga selalu berusaha untuk membuat mereknya mempunyai citra yang baik agar tetap menjadi salah satu merek yang patut diperhitungkan ketika konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap sepatu sepak bola.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sepatu Sepak Bola Specs Di Surabaya” dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk menguji dan menganalisis desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sepatu sepak bola Specs di Surabaya. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *Path Analysis* / Analisis Jalur dengan menggunakan Uji Statistik diperoleh hasil data penelitian telah lulus Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) dan Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinearitas). Hasil penelitian ini adalah 1) Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola Specs di Surabaya. 2) Desain produk berpengaruh signifikan terhadap citra merek sepatu sepak bola Specs di Surabaya. 3) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola Specs di Surabaya. 4) Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sepatu sepak bola Specs di Surabaya.

Kata Kunci : Desain Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.