

ABSTRAK

Penelitian dilakukan mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola merek Nike, dengan tujuan untuk meneliti dan menganalisa pengaruh dari masing-masing variabel secara parsial dan simultan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 100 responden yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel inovasi produk tidak memiliki pengaruh atau tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, serta variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola merek Nike. Hasil uji variabel inovasi produk dan kualitas produk secara simultan didapatkan hasil secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepatu sepak bola merek Nike tercipta dari inovasi dan kualitas produk yang diberikan oleh Nike kepada pelanggannya,

Kata kunci: *inovasi produk, kualitas produk, keputusan pembelian*

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of product innovation and product quality on purchase decision of Nike's football shoes, with a purpose to research and analyze the effect of each variables partially and simultaneously. Primary data is used throughout this study based on 100 respondents that were collected using the purposive sampling method. The data is collected through spreading questionnaires using the non probability sampling technique. The result of this study based on the multiple linear regression analysis shows that product innovation does not affect significantly on purchase decision, while product quality shows a significant positive effect on purchase decision of football shoes by Nike. The outcome of both product innovation and product quality simultaneously, shows that have a significant positive effect on purchase decision. This indicates that the customer's purchase decision of Nike's football shoes are influenced by both product innovation and product quality supplied by Nike to its customers.

Keywords: *product innovation, product quality, purchase decision*