

# **PENGARUH DISKON, TREN MODE, CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *CONVERSE* PADA MAHASISWA DAN MAHASISWI UNISKA MAB BANJARMASIN**

Nur Anisa Apriliyanti<sup>1</sup>, H. Iman Setya Budi<sup>2</sup>, Abdul Wahab<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM 18510021

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN 1127048201

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN 1118108902

Email: nisaapriliyanti37@gmail.com

## **ABSTRAK**

Saat ini banyak sepatu dengan berbagai merk yang sangat disukai oleh masyarakat. Para perusahaan harus menarik minat pembeli dengan cara membuat sepatu dengan berbagai model yang diharapkan kalangan muda tertarik membeli sepatu dan sebuah toko memberikan diskon, kemudian anak muda yang mengikuti tren mode dengan membeli sepatu dengan melihat logo yang sudah terkenal akan kualitas sepatu tersebut dan Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diskon, tren mode, citra merk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu Converse pada Mahasiswa dan Mahasiswi UNISKA MAB Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *simple random sampling* dengan menyebarkan kuesioner secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel diskon, tren mode, citra merk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse pada mahasiswa dan mahasiswi UNISKA MAB Banjarmasin dan kemudian penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan yaitu variabel diskon, tren mode, citra merk, dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian sepatu Converse pada Mahasiswa dan Mahasiswi UNISKA MAB Banjarmasin.

**Kata Kunci:** *Citra Merk, Diskon, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Tren Mode*

## **REFERENSI**

### **BUKU**

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Alma, B. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Anoraga, Pandji. (2004) *Manajemen Bisnis* cetakan ketiga. Jakarta: PT RINEKA CIPTA

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip dan Armstrong, G., (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo

Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, P., & Keller, K. L., (2012). *Marketing Management 14th edition*, Harlow: Pearson Education

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3*. Jakarta: Penerbit Indeks

Kotler & Armstrong, G., (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi 1*. Jakarta: Penerbit Indeks

Kotler & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kotler & Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat

Rohman, Abdur. (2010). *Ekonomi Al-Ghozali, Menelusuri Konsep Ekonomi Islam dalam Ihya'Ulumuddin*. Surabaya: PT Bina Ilmu

- Rudi Irwansyah dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Schiffman, Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta : PT. Indeks
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukanto, Soerjono. (2014). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: ANDI
- Utami, Indah Wahyu. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pusaka Bengawan.
- Widyono, Mukhaer Pakkanna. (2011). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media

## **JURNAL**

- Fadillah, Adil dan Rini Syarif. (2013). *Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan 1(1)
- Maryam, Sitti. (2019). “*Analisis Busana Muslim sebagai Busana Populer Menolak Modernisasi Busana yang Erotis*”, Jurnal Teknologi Kerumahtanggaan 1(VIII)
- Nela Evelina dkk., (2012). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi (Studi Kasus pada Konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*, Diponegoro Journal Of Social and Politic.
- Shoffi’ul Auli dkk., (2021) *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee*, e-Jurnal Riset Manajemen 10(15)
- Supriyadi dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen 4(1)

## **INTERNET**

- Fikri Muzaki, Sejarah Converse Lengkap, <https://fikrimuzaki7.wordpress.com/2018/05/28/sejarah-converse-lengkap-definisi-sejarah-perusahaan-logo-chuck-taylor-all-star-one-star-converse-cons-awal-berdiri-hingga-sekarang/>, dikutip pada tanggal 18 Maret 2022.

## **SKRIPSI**

- Ariyanto, Fajar. (2020). *Pengaruh Trend Fashion dan Pengetahuan budaya terhadap keputusan pembelian batik di kampung Batik Semarang*. SKRIPSI: UIN WALISONGO SEMARANG