

## ABSTRAK

### **Harum Savira, 71170312063, Pengaruh kualitas produk dan merk terhadap minat beli sepatu merk converse (Studi Kasus Mahasiswa Fe UISU)**

Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk sering kali seorang konsumen mencari informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Pencarian tersebut dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kegunaan akan sebuah produk sesuai dengan apa yang dibutuhkannya, akan timbul sebuah rasa ingin memilikinya, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara kualitas produk dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU, untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara merek dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU, dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan merek dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU, Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Medan, yang ditunjukkan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Jl. Sisingamaraja.Teladan.Medan, Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada bulan Oktober 2021 sampai dengan Februari 2022, Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi FE UISU jurusan Manajemen angkatan 2017 yang berjumlah 226 orang dalam penelitian ini penarikan sample dengan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sample yang diambil dari jumlah populasi 226 Mahasiswa FE UISU adalah 99,55 yang dibulatkan menjadi 100, jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, adapun hasil penelitian ini adalah, Dalam penelitian ini  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.743 > 1,984$ ) dan taraf signifikannya  $0,000 < 0,05$  artinya dalam penelitian ini secara parsial Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat membeli Sepatu Converse, Dalam penelitian ini  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.063 > 1,984$ ) dan taraf signifikannya  $0,000 < 0,05$  artinya dalam penelitian ini secara parsial merek berpengaruh secara parsial terhadap Minat membeli Sepatu Converse, dan Dalam penelitian ini semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $86.500 > 3,10$ ) lalu lihat pula taraf signifikannya yakni  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) artinya dalam penelitian ini semua variabel bebas (kualitas produk dan merek ) berpengaruh terhadap Minat membeli Sepatu Converse.

**Kata kunci : kualitas produk, merek dan minat beli**

## ABSTRACT

*Harum Savira, 71170312063, The effect of product quality and brand on buying interest in Converse brand shoes (Case Study of UISU Fe Students)*

*Before deciding to buy a product, a consumer often looks for information about the product to be purchased. The search was conducted to determine the usefulness of a product according to what it needs, a sense of wanting to own it will arise. The purpose of this study was to determine whether there is a partial effect between product quality and interest in buying Converse shoes on FE UISU students, to find out whether there is a partial influence between brands and interest in buying Converse shoes on FE UISU students, and to find out whether there is an effect. Simultaneously between product and brand quality and interest in buying Converse shoes by UISU FE Students, Research This activity was carried out in the Medan City area which was shown to students of the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra Jl. Sisingamaraja. Teladan.Medan, This research was conducted by researchers from October 2021 to February 2022. The population in this study were students of the Faculty of Economics, Faculty of Economics, UISU majoring in management, class of 2017 who found 226 people in this study to draw samples using the Slovin formula then the number of samples taken from a population of 226 FE UISU students is 99.55 which is rounded to 100, this type of research is quantitative associative, with the data analysis technique used is multiple linear regression analysis, while the results of this study are, In this study  $t \text{ count} > t_{\text{table}}$  ( $4.743 > 1.984$ ) and the significance level is  $0.000 < 0.05$ , meaning that in this study partially the quality of the product has a partial effect on the interest in buying Converse Shoes, in this study  $t \text{ count} > t_{\text{table}}$  ( $6.063 > 1.984$ ) and the significance level is  $0.000 < 0.05$  means that in this study partially brand berpengaruh influence on interest in buying Converse shoes, and in this study all variables have no effect on variables because  $f \text{ count} > f_{\text{table}}$  ( $86,500 > 3,10$ ) then see also the significance level, which is  $0.000$  less than  $0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ) it means that in this study all independent variables affect the interest in buying Converse shoes.*

*Keywords: product quality, brand and buying interest*