

SKRIPSI

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KOTA
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA”**



**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

UMBU SORU PEKUJAWANG

11190759



**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Umbu Soru Pekujawang
NIM/NIP/NIDN : 11190759
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup
Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Sepatu Ventela Di Kota Yogyakarta
Dan Sekitarnya

dengan ini menyatakan:

- bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.
*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

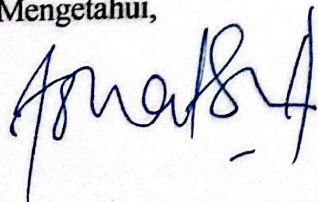
Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Mengetahui,



Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 004/E/285

Yogyakarta, ...

Yang menyatakan,



Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 11190759

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KOTA
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

UMBU SORU PEKUJAWANG

11190759

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen Pada tanggal

23 April 2025

1. Jonathan Herdioko, S.E., M.M :

(Ketua Tim Penguji-Dosen
Pembimbing)

2. Dr. Perminas Pangeran, SE., M.,Si. :

(Dosen Penguji)

3. Dr. Andreas Ari Sukoco, SE, M.M.,Min :

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis




Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN

Lampiran 2 Halaman Persetujuan

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul	Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya
Nama	Umbu Soru Pekujawang
NIM	11190759
Program Studi	Manajemen
Mata Kuliah	Skripsi
Semester	Genap
Tahun Akademik	2024/2025

Telah diperiksa dan disetujui
Yogyakarta, 05 Februari 2025

Dosen Pembimbing


Jonathan Herdioko, SE., MM.

DUTA WACANA

HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 05 Februari 2025



Umbu Soru Pekujawang

11190759

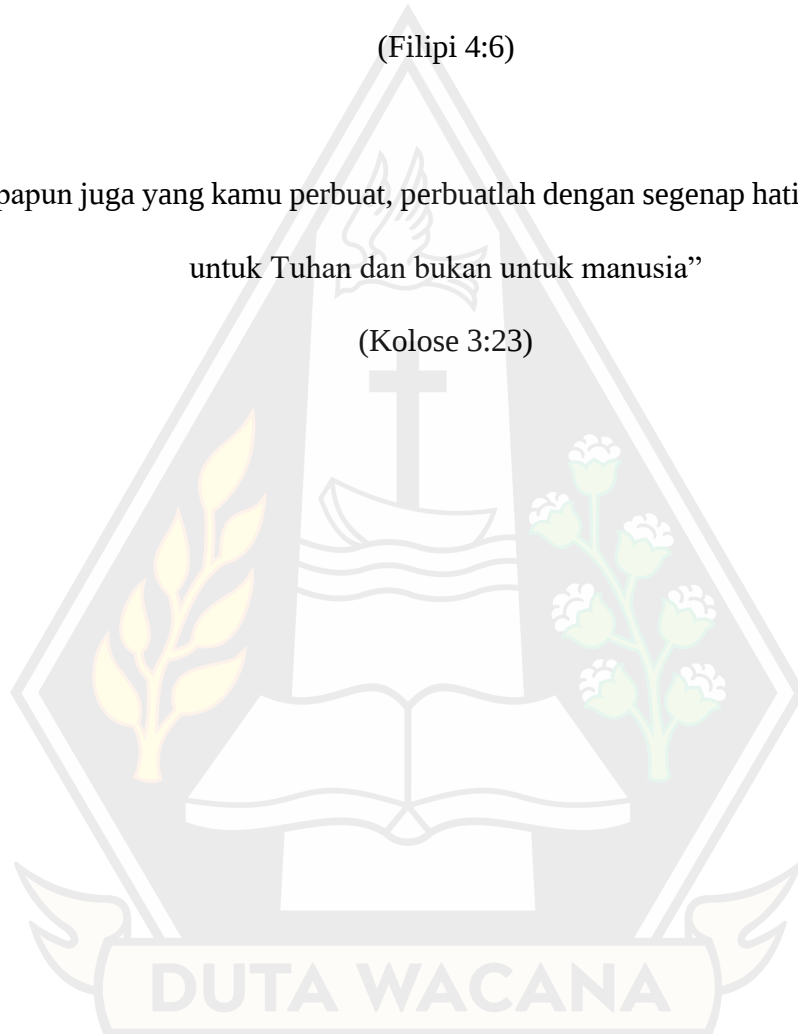
HALAMAN MOTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4:6)

“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

(Kolose 3:23)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan bangga dan penuh rasa syukur kepada:

Tuhan Yesus Kristus atas berkat, pertolongan dan rahmat-Nya dalam proses penulisan serta penyusunan skripsi dari awal hingga berakhirnya dapat terselesaikan dengan baik.

Segala perjuangan penulis hingga titik ini penulis persembahkan kepada orang paling berharga dalam hidup penulis yaitu Bapak Umbu Mbesi, Ibu Scorpina R.T Ndimia yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa, motivasi, semangat, dan kasih sayang yang tak terhingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.

Kakak dan adik tercinta Andri U.S Pajukang, Umbu Kanda, Rambu Padu Djabu, Rambu Oru Ana Amas dan Kakak Ipar Rambu Shinta Anggung Praing yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.

Yang terkasih Andini Rambu Kareri, saya ingin mengucapkan terimakasih karena telah mendorong dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dosen pembimbing penulis Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. Yang telah membimbing, motivasi, dan memberikan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.

Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang selama ini telah membimbing, memberikan pengetahuan serta ilmu kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Kristen Duta

Wacana.

Sodara dan Teman penulis, Uven, Umbu Valen, Umbu Ay, Noldi, Megan, Tasya Rambu, Umbu Tanda, yang telah menemani, mendukung serta mendengarkan keluh kesah yang tak habis-habisnya selama proses perkuliahan ataupun di kosan serta teman-teman yang lainnya yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu yang telah menemani dan membantu penulis selama masa perkuliahan hingga selesai.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vantela di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas dari Mata kuliah yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dari awal proses pembuatan hingga akhir skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala bimbingan, dukungan, dan bantuan selama ini kepada:

Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan di dalam kehidupan penulis dari awal perkuliahan hingga pada selesainya penulisan skripsi ini.

Bapak Jonathan Herdioko SE., MM. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan masukan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Keluarga, Sahabat, dan Teman-teman, yang telah memberikan doa, dan motivasi untuk penulis selama proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Dalam penyusunan dan pembuatan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan dari penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun dapat berguna bagi penulis untuk

mengevaluasi diri agar lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis.

Yogyakarta, 05 Februari 2025

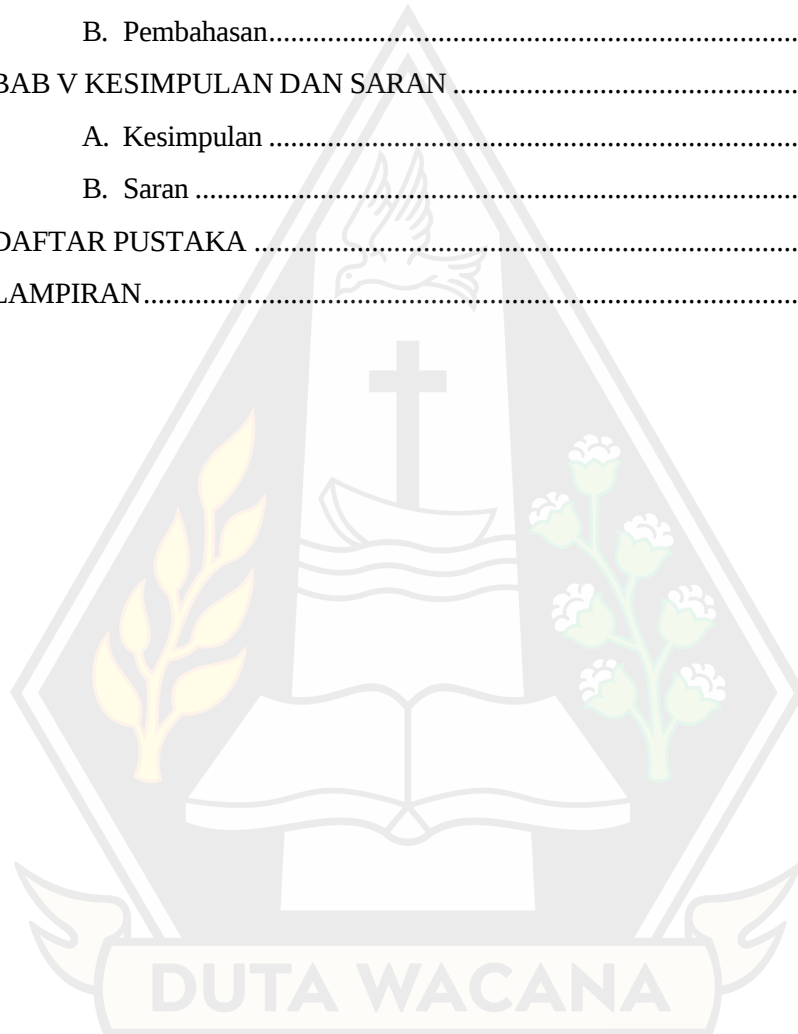
Umbu Soru Pekujawang



DAFTAR ISI

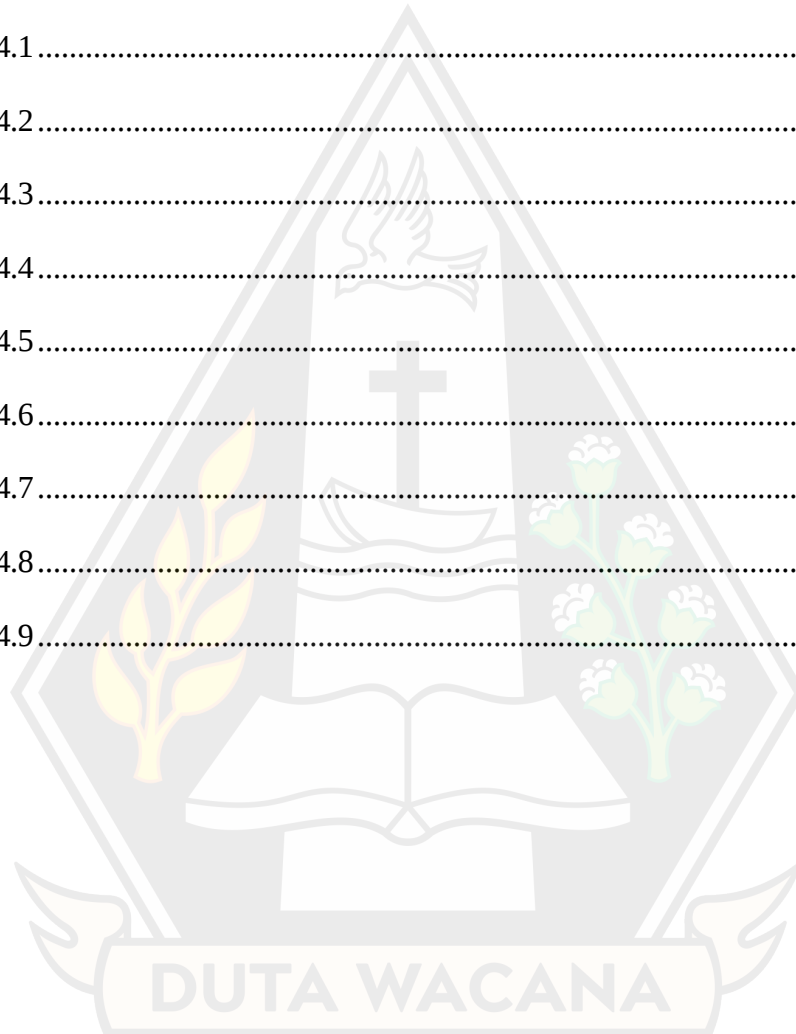
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Batasan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Konseptual	25
D. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi dan Sampel	27

D. Variabel Penelitian	30
E. Pengukuran Variabel.....	30
F. Jenis dan Sumber Data	33
G. Teknik Pengumpulan Data	34
H. Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	2
Tabel 3.1	31
Tabel 4.1	44
Tabel 4.2	44
Tabel 4.3	45
Tabel 4.4	45
Tabel 4.5	46
Tabel 4.6	48
Tabel 4.7	48
Tabel 4.8	49
Tabel 4.9	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	25
------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	63
Lampiran 2	68
Lampiran 3	76



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KOTA
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

**UMBU SORU PEKUJAWANG
11190759**

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Email: umbu.pekujawang@studens.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya, serta mengeksplorasi apakah gaya hidup (lifestyle) memiliki dampak positif dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang terlibat dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Yogyakarta dan wilayah sekitarnya dengan jumlah responden 100. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form yang disebarakan melalui platform WhatsApp, Instagram, dan Facebook kepada masyarakat kota Yogyakarta dan wilayah sekitarnya.

Analisis data yang dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk terbukti memiliki kontribusi yang signifikan serta dampak positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepatu Ventela, analisis menunjukkan bahwa gaya hidup konsumen secara nyata memengaruhi keputusan pembelian, promosi juga terbukti memiliki dampak positif dan efektif terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: Kualitas produk, Gaya hidup, Promosi

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS FOR VENTELA SHOES IN
YOGYAKARTA AND ITS SURROUNDINGS**

**UMBU SORU PEKUJAWANG
11190759**

*Management Study Program, Faculty of Business Duta Wacana Christian
University*

Email: umbu.pekujawang@studens.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on the purchase decision of Ventela shoes in the city of Yogyakarta and its surroundings, and explore whether lifestyle has a positive impact on the decision-making process. Using a quantitative approach, the sample involved in this research is the people of Yogyakarta city and its surrounding areas with a total of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection was carried out through Google Forms distributed through the WhatsApp, Instagram, and Facebook platforms to the people of Yogyakarta city and its surrounding areas.

Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis methods. The results showed that product quality was proven to have a significant contribution and positive impact on consumer decisions in buying Ventela shoes, the analysis showed that consumer lifestyles significantly influenced purchasing decisions, promotions were also proven to have a positive and effective impact on purchasing decisions.

Keywords: Product quality, Lifestyle, Promotion





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat kewirausahaan di Indonesia seiring berjalannya waktu pertumbuhan kewirausahaan mengalami peningkatan signifikan. Hal ini juga tidak terlepas dari semakin masifnya perkembangan teknologi yang berbasis digital (online) dan gaya hidup masyarakat itu sendiri. Namun di tengah perkembangan kewirausahaan yang terus meningkat ini juga menciptakan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, karena pelaku usaha harus mengikuti tingkat permintaan dan trend gaya hidup masyarakat. Agar dapat bertahan dan bersaing dengan baik, tentu saja setiap industri wajib menciptakan dan mempromosikan produk terbaiknya. Kemudian, dengan tingkat permintaan dan gaya hidup masyarakat yang begitu kompleks, maka dengan syarat dan munculnya peningkatan kreatifitas dan inovasi dari setiap pelaku bisnis dapat menarik minat konsumen sehingga menghasilkan produk kualitas baik.

Industri di dunia fashion adalah salah satu industri yang sangat berkaitan dan *worth it* (relevan) dengan perkembangan gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat. Sebab, dunia fashion merupakan trend yang terus menerus mengalami perkembangan dan inovasi yang mengikuti gaya hidup masyarakat dari masa ke masa, karena setiap konsumen memiliki preferensi atau selera yang berbeda-beda dan terus berkembang sepanjang waktu. Selain itu, perkembangan dunia fashion di Indonesia juga dipengaruhi oleh

beberapa faktor seperti media massa, dunia entertainment, bisnis, internet, seni, dan lain sebagainya. Terdapat banyak jenis fashion seperti jaket, kemeja, kaos, celana, sepatu, tas, dan aksesoris-aksesoris lainnya. Dari semua jenis fashion tersebut, salah satu yang cukup menarik atensi masyarakat yaitu produk sepatu. Berikut ini disajikan daftar peringkat sepatu lokal dalam tabel dibawah.

Tabel 1.1
Daftar Peringkat Sepatu Lokal

No	Nama Brand Sepatu
1	NAH Project
2	Saint Barkley
3	910 (Nineten)
4	Compass
5	Pijak Bumi
6	Brodo
7	Geoff Max
8	Ventela
9	League
10	Aerostreet

Sumber: Kompas.com (2024)

Salah satu produk sepatu dalam penelitian ini menjadi topik utama dalam membahas lebih spesifik ini adalah sepatu sneakers local asal Indonesia bermerk Ventela. Sepatu dengan merek Ventela adalah produk yang dikelola oleh PT. Sinar Runnerindo, sebuah perusahaan yang didirikan di tahun 2017 dengan pendiri utama William Ventela, sejak tahun 1989

Bandung adalah pabrik sepatu vulkanisir. Sekalipun sepatu merk Ventela ini baru dirintis pada tahun 2017, tetapi saat ini Saat ini, produk tersebut telah mengalami perkembangan yang signifikan dan memperoleh minat yang tinggi, terutama di kalangan generasi milenial. Adapun salah satu keunggulan dari sepatu Ventela yaitu karena menggunakan busa ultralite di bagian dalam sol (ultralite foam insole) yang empuk dan nyaman serta jahitan yang rapi.

Selain itu, keunggulan lain dari sepatu ventela ini juga terletak pada proses pembuatan sol bagian bawahnya yang dipanggang guna Menghasilkan sepatu dengan konstruksi struktural yang kuat, memiliki daya tahan tinggi, dan ketahanan optimal terhadap kerusakan. Berkaitan dengan proses produksinya, sepatu Ventela diproduksi melalui mekanisme yang panjang dan teliti, hal ini dari pemilihan material yang tepat sampai pada proses quality control kualitas yang sangat ketat. Pada akhirnya, menarik banyak pihak untuk mengulas dan mengakui kualitas sepatu Ventela merupakan produk yang eksis dan bersaing dengan kompetitornya baik produk sepatu dari impor seperti seperti sepatu merk Converse dan Vans. Berkaitan dengan daya saing Ventela tersebut, juga diulas oleh lintasbabel.inews.id pada tanggal 09 Februari 2023 diketahui bahwa Ventela mengedepankan kualitas produk yang dihasilkan seperti memiliki bentuk yang kokoh, nyaman, jahitan sol yang rapi, dan terutama harganya yang terjangkau.

Namun, sekalipun sepatu brand Ventela Ini memiliki kualitas yang mampu bersaing dengan berbagai brand lokal lainnya maupun yang dari luar negeri, tetapi itu semua kembali lagi pada preferensi dan minat para

konsumen. Sebab, saat ini sepatu bukan lagi digunakan untuk memenuhi kebutuhan alas kaki, tetapi faktanya, telah menjadi *lifestyle* konsumen itu sendiri. Hal inilah yang kemudian mendorong Hampir seluruh produsen sepatu, baik yang berasal dari pasar lokal maupun manca negara semakin bersaing untuk berinovasi serta memperkenalkan, desain sepatu dengan berbagai macam merk, tipe dan model. Tentu saja berbagai desain sepatu yang bervariasi tersebut bertujuan untuk memikat minat para pembeli dan sekaligus dapat meningkatkan gaya hidup seseorang yang memilikinya. Karena itu, Ventela juga terus melakukan inovasi dengan berbagai jenis dan desain yang bisa dipakai untuk berbagai macam aktivitas guna mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan harga serta *quality product*, sehingga berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli, berpatokan pada promosi dan *lifestyle* masing-masing.

Akan tetapi, perlu dipahami bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk sepatu tertentu juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari brand, kualitas, harga, promosi dan gaya hidup konsumennya. Untuk itu, peneliti hendak meneliti lebih lanjut perihal sejauh mana produk sepatu brand lokal Ventela mampu berkompetisi secara efektif dengan merek kompetitor lainnya dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di Yogyakarta, sebagai kota pelajar dan kota wisata, tampaknya cukup banyak juga masyarakat terutama di kalangan anak muda seperti pelajar/mahasiswa yang menggunakan sepatu brand lokal Ventela dalam aktivitas sehari-harinya, baik itu untuk sekolah/kuliah, berpergian, nongkrong dan lain sebagainya.

Penulis berpandangan bahwa banyaknya pengguna sepatu Ventela di Yogyakarta Tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor signifikan, di antaranya yang sudah disebutkan di atas.

Oleh karenanya, mengacu pada fakta lapangan yang terjadi di kalangan kaum muda terkhususnya mahasiswa dan pelajar di Yogyakarta yang juga cukup banyak menggunakan sepatu Ventela dalam aktivitas sehari-harinya, maka penulis bermaksud melakukan penelitian berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya”. Dengan meneliti dan menganalisis ketiga variabel tersebut, maka penulis dapat memahami perihal mana variabel yang menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada permasalahan yang dipaparkan di atas rumusan masalah dirancang antara lain:

1. Apakah variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya?
2. Apakah variabel gaya hidup berpengaruh secara positif pada keputusan konsumen untuk membeli sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya?

3. Apakah variabel promosi memberikan pengaruh positif terkait konsumen dalam membeli sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mengikat beberapa tujuan yaitu untuk:

1. Menguji kualitas produk berpengaruh positif dalam mengambil keputusan oleh pembelian sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya.
2. Untuk menguji gaya hidup berpengaruh positif kepada pengambilan keputusan pembelian sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Untuk menguji dampak dari promosi yang mempunyai impact secara positif terkait dengan keputusan pembelian sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Membawa insight baru untuk dikembangkan dan menjadi sumber referensi akademik bagi penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Harapan penelitian ini menjadi referensi dan praktis sehingga menjadi bahan bacaan yang berguna bagi peneliti, pembaca, penjual, dan konsumen sepatu Ventela di kota Yogyakarta dan sekitarnya.

E. Batasan Penelitian

Berhubung dengan banyaknya pengaruh konsumen dengan berbagai faktor-faktor terkait tingkat kepuasan konsumen, maka untuk menghindari akan potensi meluasnya penelitian ini perlu ditentukan batasan penelitian. Batasan dalam penelitian yaitu:

1. Peneliti menetapkan batasan penelitian hanya dilakukan di kota Yogyakarta dan sekitarnya
2. Pelaksanaan di bulan Oktober 2024 – Februari 2025
3. 100 orang adalah jumlah responden dalam penelitian ini
4. katogori penelitian berkisar pada umur 15-30 tahun
5. Penelitian ini meneliti dan mengkaji tiga variabel yaitu:
 - a. Kualitas produk adalah keseluruhan atribut dari kemampuan suatu produk atau layanan dalam pemenuhan kebutuhan yang diharapkan (Kotler dalam Bryan Lukman Hakim, 2019).
 - b. Gaya hidup adalah pola kunsumsi dan manajemen sumber daya individu, meliputi cara menggunakan uang dan mengalokasikan waktu (Mowen dan Miror, 2016).
 - c. Promosi adalah strategi komunikasi penjual untuk memengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam membeli produk (Kurniawan dan Kunto 2013).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil pengujian statistik mendalam menghasilkan temuan penting terkait variabel-variabel yang berperan dalam proses pengambilan keputusan pembelian sepatu Ventela di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya Yogyakarta dan sekitarnya:

1. Kualitas produk terbukti mempunyai kontribusi yang peran yang esensial signifikan serta impact positif terkait keputusan konsumen dalam membeli sepatu Ventela. Ini menunjukkan adanya perbaikan penawaran kualitas produk, Peluang konsumen untuk melakukan pembelian semakin meningkat seiring membaiknya faktor-faktor pendukung.
2. Analisis menunjukkan bahwa gaya hidup konsumen secara nyata memengaruhi keputusan pembelian sepatu Ventela, di mana cara hidup dan preferensi personal menjadi faktor kunci dalam menentukan pilihan produk..
3. Promosi juga terbukti mempunyai dampak positif dan efektif terkait decision dalam pembelian. Artinya, strategi promosi yang diterapkan oleh produsen sepatu Ventela berhasil memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

B. Saran

Dari temuan penelitian yang ada, dirumuskan berbagai rekomendasi guna mengoptimalkan kualitas dan memperluas jangkauan studi di masa yang akan datang:

1. Peneliti disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan investigasi dengan mengeksplorasi variabel-variabel independen di luar kualitas produk, gaya hidup, dan promosi. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mendapatkan wawasan yang lebih luas dan mendalam mengenai variabel-variabel yang memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Peneliti dianjurkan untuk memperbesar jumlah sampel penelitian dan memperluas ruang lingkup studi dengan melibatkan lebih banyak merek sepatu yang tersebar di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Dengan memperluas cakupan sampel dan variasi merek, diharapkan akan diperoleh temuan penelitian yang lebih representatif serta bisa tergeneralisir.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam studi ini, penulis sudah mengupayakan serta mengerjakan sesuai pada prosedur ilmiah, tetapi ada sejumlah keterbatasan yang dirasakan serta menjadikan aspek penting agar menjadi atensi oleh peneliti-peneliti berikutnya membuat penelitian ini sempurna kedepannya. Sejumlah keterbatasan pada studi ini yakni:

1. Penelitian ini berfokus pada ketiga variabel utama, yakni kualitas produk gaya hidup, dan promosi serta pengaruhnya pada keputusan pembelian. Namun, terdapat sejumlah variabel lain diluar penelitian penelitian ini yang mampu juga memberikan pengaruh tingkat keputusan pembelian konsumen.
2. Kuesioner dengan jawaban tertutup dimanfaatkan pada penelitian ini, yang menjadikan responden diwajibkan merespon selaras pada opsi jawaban yang peneliti sediakan.
3. Responden yang digunakan hanya difokuskan pada generasi milenial, sehingga penelitian ini hanya mencerminkan pandangan dan pengalaman dari usia milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkara, Putut Tio., & Isa, Muzakar. 2024. "Dampak Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Konsekuensinya Pada Pembelian Ulang (Analisis Kasus Pada Konsumen Sepatu Ventela Di Surakarta)". *Journal of Social Science Research*, Vol 4 (1).
- Bali, Asri Yanti. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, Vol 1 (1).
- Bungin, Burhan. 2009. "Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya". Jakarta: Kencana.
- Cesariana, Carmelia., Juliansyah, Fadlan., & Rohani, Fitriyani. 2022. "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)". *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, Vol 3 (1).
- Daryanto., & Setyobudi, I. 2019. "Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM DI Kec. Pangkatan".
- Djarwanto., & Subagyo. 1990. "Statistik Induktif". Yogyakarta: BPFE. Ernawati, Diah. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung". *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol 7 (1).
- Fatimah, Siti., Roslana, Lia., & Sulistiani, N. Wahyu. (2013). "Pengaruh Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda". *Jurnal Motivasi Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*. Vol 1 (1).
- Ghozali, Imam. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giri, I. G. W. D., & Jatra, I. M. "Pengaruh Promosi Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian". *E-Journal Management Unud*, Vol 3 (11).
- Gunawan, Imam. 2016. "Pengantar Statistika Inferensial". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hakim, Bryan Lukman. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Pada Pengguna Sepatu Nike di Purwokerto)". *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah*

Purwokerto, Vol 1 (1).

<https://italianfashion school.id/perkembangan-fashion -di-indonesia/>. Diakses pada 25 Februari 2024.

<https://lintasbabel.inews.id/read/252882/siapa-pemilik-sepatu-ventela- sneaker-lokal-yang-sejajar-dengan-brand-luar/2>. Diakses pada 26 Februari 2024.

<https://www.abiyadscreenprinting.com/kisah-ventela-sepatu-hits-ala-milenial/>.

Diakses pada 26 Februari 2024.

<https://www.ventela.com/>. Diakses pada 25 Februari 2024.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. “A Framework for Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition”. England: Pearson.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. “Prinsip-prinsip Pemasaran”.

Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. “Prinsip-Prinsip Pemasaran”.

Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2017. “Manajemen Pemasaran”. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, D., & Kunto, S. 2013. “Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Sulpermall Surabaya”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 1 (2).

Lesmana R., & Ayu, S. D. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Teknologi and Innovation”. Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol 2 (3).

Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2019. “Perilaku Konsumen”. Bandung: Refika Aditama.

Marie, Andhalia Liza., et al. (2021). “Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopa Praja, Bintaro, Tangerang Selatan”. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 6 (2).

Muhid, Abdul. 2012. “Analisis Statistik”. Surabaya: Zifatama Publishing. Priansa, Doni Juni. 2016. “Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap

Keputusan Konsumen Untuk Belanja Online Di Lazada”. Jurnal

Ekonomi Manajemen dan Bisnis. Vol 4 (1).

Putri, Siti Sholihah. 2018. "Analisis Peengaruh Lokasi, Brand Image Dan Word Of Mount Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah (Studi Pada Wilayah Jakarta Selatan)". Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.

Rahman, Hadaita. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shophie Martin (Studi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya)". Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Sangadji, E. M. & M. M Sopiah. 2016. "Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis". Yogyakarta: Penerbit Andi.

Setiadi, Nugroho. 2010. "Perilaku Konsumen: Perspektif Konterporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan konsumen". Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiarto. 2015. "Metode Statistika Bisnis". Tangerang: PT Matana Publishing Utama.

Sugiyono. 2012. "Metode Penelitian Bisnis" Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D". Bandung: Alfabeta.

Suryani dan Hendrayadi. 2015. "Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam". Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Tjiptono, F. 2020. "Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan". Yogyakarta: Andi Offset.

Thomas, 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gardena Departement Store". Yogyakarta

Tjiptono, F. dan A. Diana. 2020. "Pemasaran: Esensi & Aplikasi". Yogyakarta: Andi Offset.

Windarti, T dan M. Ibrahim. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu". Jurnal FISIP, Vol 4 (2)

