

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND AMBASSADOR*
DAN BRAND IMAGE TERHADAP *PURCHASE DECISION***

SEPATU SEPAKBOLA MEREK ORTUSEIGHT

“ Studi Pada Pengguna Sepatu Sepakbola Merek Ortusheight Di Kota Padang ”

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Wildan Chusnul Al Fasyi
2110527008

Pembimbing ;

Prof. Dr. Yulia Hendri Yeni, S.E., M.T, AK

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

AGUSTUS 2025

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* SEPATU SEPAKBOLA MEREK
ORTUSEIGHT DI KOTA PADANG**

Skripsi oleh Wildan Chusnul Al Fasyi.

Pembimbing : Prof. Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT.AK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Product quality*, *Brand ambassador*, *Brand image* terhadap *Purchase decision* : Studi pada masyarakat di Kota Padang. Sampel penelitian terdiri dari atlet dan masyarakat yang sudah melakukan pembelian sepatu sepakbola ortuseight di Kota Padang yang berjumlah 152 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria atlet dan masyarakat yang sudah melakukan pembelian sepatu sepakbola ortuseight. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS versi 24. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa *Product quality*, *Brand ambassador* dan *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision* sepatu sepakbola ortuseight di kota Padang.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Purchase Decision*

