

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS PADA *E-COMMERCE* SHOPEE

Muhammad Rafli Bayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru

E-mail : [raflibayu18@gmail.com](mailto:raflibayu18@gmail.com)

diterima: 16/3/2023; direvisi: 12/4/2023; diterbitkan: 07/6/2023

**Abstract :** This study aims to determine the influence of product quality on Vans shoe purchase decisions on *Shopee e-commerce*. The object of this research was carried out at the Faculty of Economics and Business, Lancang Kuning University, Pekanbaru. The sample taken in this study is FEB Lancang Kuning University students class of 2023 totaling 95 students, the method used in sampling is *purposive sampling*, then research data collection techniques using questionnaires and interviews. The data analysis used in this study is descriptive and quantitative analysis, while the method used in data analysis in this study uses a simple linear regression equation. Then for the results of testing the data of this study using instrumental tests which include validity and reliability tests, then classical assumption tests using normality tests, and hypothesis tests using partial tests (t-test) and determination coefficient tests (R<sup>2</sup>). Furthermore, the data processing tool for this research uses *the SPSS Version 22 application*. Based on the results of the research, the results of the simple linear regression test show that product quality has a positive effect on the decision to buy Vans shoes on *Shopee e-commerce*, then for the results of the instrument test all research data is valid and reliable, then the results of the normality test show that the research data is normally distributed, then the results of the hypothesis test, the t-test shows that the significance value is  $0.000 < 0.05$  and the calculated t-value is  $8.279 > t$  table 1.986, meaning that the hypothesis of this study was accepted, and the result of the determination coefficient (R<sup>2</sup>) test was 0.694 or 69.4%. From the results of this study, it can be concluded that product quality has a positive effect, this can be seen from the value of the determination coefficient (R<sup>2</sup>) of 0.694 showing that 69.4% of Vans shoe purchase decisions on *Shopee e-commerce* are caused by the influence of product quality, and the rest are influenced by other variables that are not studied in this study.

**Keywords:** *Product Quality, Purchase Decision*

### PENDAHULUAN

Hadirnya teknologi internet, menjadikan pola hidup masyarakat berubah, termasuk pola belanja masyarakat pun ikut bergeser. Kegiatan belanja dengan menggunakan teknologi internet dikenal dengan istilah *online shopping*. Belanja secara daring (*online*) dapat diakses melalui aplikasi digital yang dikenal dengan istilah aplikasi *e-commerce*. Efisien dan harga yang kompetitif membuat *e-commerce* tumbuh subur di Indonesia.

Keberadaan *e-commerce* ini menciptakan suatu pasar elektronik yang menghubungkan antara pembeli dan penjual yang dikenal dengan sebutan

*marketplace*, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan lain sebagainya. Pemilik *marketplace* memfasilitasi sarana bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya kepada khalayak ramai dan terdapat ruang komunikasi antara penjual dan pembeli untuk melakukan penawaran harga, Mereka juga mengatur proses transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli di dalamnya dan mengamanakannya dengan rekening bersama untuk menghindari penipuan.

Sebagaimana survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023 (Q1) sebesar 215,626,156 juta jiwa dari

275,773,901 juta jiwa penduduk Indonesia. Sehingga, ada 78,19% pengguna internet yang terdapat di Indonesia dan konten internet (komersial) yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia untuk membeli barang atau jasa secara online salah satu nya adalah aplikasi *marketplace* Shopee.

**Tabel 1 Jumlah Pengunjung Toko Online**

| Nama Toko Online | Jumlah Pengunjung | Persentase |
|------------------|-------------------|------------|
| Shopee           | 157.905.650       | 54.7%      |
| Tokopedia        | 117.532.820       | 30.3%      |
| Lazada           | 83.242.588        | 13.9%      |
| Blibli           | 25.479.200        | 2.66%      |
| Bukalapak        | 18.130.611        | 0.56%      |

Sumber: Internet, 2023

Salah satu produk yang diperdagangkan di Shopee adalah produk sepatu. Sepatu menjadi produk yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan sepatu bersaing untuk menciptakan produk yang berkualitas, bermutu dan menarik. Di samping itu, banyaknya produk sepatu impor maupun lokal yang memasuki pasar dalam negeri menyebabkan persaingan yang kompetitif. Menurut data dari kementerian Perindustrian 2022 mencatat, *sneakers* merupakan salah satu jenis yang banyak diproduksi di dalam negeri. Bagi pasar ekspor, sepatu *sneakers* berkontribusi sebesar 42% dari total volume sepatu yang di ekspor.

Sepatu Vans merupakan sepatu yang sangat digemari bagi para remaja di Indonesia, kemudian dari banyaknya pengguna sepatu Vans tersebut tentu hal ini menjadi *Lifestyle* terkhusus bagi para remaja. Kemudian adapun hasil survey merek sepatu *sneakers* yang paling banyak disukai di Indonesia menurut situs *GoodStats.com* 2023 adalah sebagai berikut.

**Tabel 2 Merek Sepatu Paling Banyak disukai di Indonesia**

| No | Merek Sepatu | Persentase |
|----|--------------|------------|
| 1  | Adidas       | 62,4%      |
| 2  | Nike         | 61,9%      |
| 3  | Converse     | 45,1%      |
| 4  | Puma         | 26,8%      |
| 5  | Vans         | 26,3%      |
| 6  | New Balance  | 22,6%      |
| 7  | Fila         | 22,1%      |
| 8  | Ventela      | 9,3%       |

Sumber: Internet, 2023

Sepatu Vans merupakan perusahaan sepatu asal California, Amerika Serikat. Sepatu Vans memiliki banyak penggemar, hingga terdapat komunitas yang beranggotakan para pembeli dan penggemar sepatu Vans yang menamakan kelompok mereka "*Vanshead*". Hal ini tentunya juga menjadi popularitas yang tinggi bagi anak muda atau mahasiswa yang memakai sepatu Vans di Indonesia.

Semakin banyaknya *marketplace* dan merek sepatu yang dijual melalui internet, berpotensi dan berdampak kepada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di toko lain, apalagi konsumen tidak merasa puas terhadap produk yang dibelinya, mereka bisa memberikan ulasan yang menurunkan citra Shopee itu sendiri. Kondisi-kondisi tersebut di atas akan memberi pengaruh terhadap pengambilan keputusan bagi pembeli untuk berbelanja di Shopee atau meninggalkannya.

## TINJAUAN PUSTAKA KUALITAS PRODUK

Menurut Daga (2017:32) kualitas produk adalah ukuran tahan lamanya produk, ketepatan (*precition*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai bagi produk itu sendiri. Sedangkan Menurut Kotler & Armstrong (2015:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Hal itu termasuk keseluruhan dari durabilitas, reliabilitas,

ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk serta atribut produk lainnya. Definisi ini mempertimbangkan keseimbangan antara pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen dengan tingkat kepuasan menggunakan produk yang telah dibelinya. Dengan kata lain bahwa pengorbanan sesuai dengan tingkat kepuasan konsumen.

Adapun indikator kualitas produk menurut Lupiyoadi & Hamdani (2014:176) yaitu:

1. Tampilan (*Features*).
2. Kesesuaian (*Conformance*).
3. Daya tahan (*Durability*).
4. Desain. (*Aesthetic*).
5. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

## KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut Peter-Olson dalam Mulyadi Nitisusastro (2016) keputusan pembelian merupakan proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif, sikap behavior, dan faktor lingkungan yang mana manusia melakukan pertukaran dalam aspek kehidupannya, dimana sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap efektif merefleksikan sikap keyakinan, dan sikap behavior merefleksikan sikap tindakan nyata. Sedangkan menurut Kotler (2016) keputusan pembelian merupakan tahapan evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Adapun 4 indikator keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2019:158) yang memiliki yaitu:

1. Pemilihan produk
2. Pemilihan merk
3. Pemilihan tempat atau saluran distribusi
4. Waktu pembelian

## METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data kualitatif dan Data kuantitatif. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder.

## Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning angkatan/tahun 2023 yang berjumlah 393 mahasiswa. Kemudian, sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$e^2$  = % kelonggaran ketidak telitian pengambilan sampel, yaitu sebesar 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{393}{1 + 393 \cdot (0.10)^2} \\ &= 94,62 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan berdasarkan rumus slovin bahwa sampel yang diperoleh sebanyak 94,62 orang. Untuk kebutuhan penelitian, maka jumlah sampel yang ditetapkan peneliti menjadi 95 orang responden.

## Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2018:138) adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsinya. Uji instrumen dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, yang artinya indikator yang digunakan dalam pernyataan ini valid. Adapun nilai  $r$  tabel untuk 95 responden penelitian pada  $df$   $N-2$  dengan tingkat signifikan 0,05 yaitu 0,169.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

| Variabel         | Pertanyaan | r hitung | r table=95 | Ket   |
|------------------|------------|----------|------------|-------|
| Kualitas Produk  | X.1        | 0,571    | 0,169      | Valid |
|                  | X.2        | 0,546    | 0,169      | Valid |
|                  | X.3        | 0,713    | 0,169      | Valid |
|                  | X.4        | 0,768    | 0,169      | Valid |
|                  | X.5        | 0,592    | 0,169      | Valid |
|                  | X.6        | 0,566    | 0,169      | Valid |
|                  | X.7        | 0,487    | 0,169      | Valid |
|                  | X.8        | 0,609    | 0,169      | Valid |
|                  | X.9        | 0,490    | 0,169      | Valid |
|                  | X.10       | 0,585    | 0,169      | Valid |
| Kinerja karyawan | Y.1        | 0,679    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.2        | 0,621    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.3        | 0,588    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.4        | 0,643    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.5        | 0,726    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.6        | 0,770    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.7        | 0,764    | 0,169      | Valid |
|                  | Y.8        | 0,812    | 0,169      | Valid |

Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji validitas yang dilakukan terhadap semua indikator dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  tertinggi dari variabel X4 adalah 0,768 dan yang terendah 0,487 dari variable X7. Kemudian nilai tertinggi pada variabel Y yaitu 0,812 dan nilai terendah yaitu 0,588. Dengan demikian semua indikator atau kuesioner variabel keputusan pembelian yang digunakan dinyatakan valid, karena nilai  $r$  hitung semua indikator variabel lebih besar dari nilai  $r$  tabel.

### Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) suatu konstruk atau variabel dikatakan memiliki reliabilitas jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Sebaliknya jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,60$  maka

variabel tersebut tidak reliabel. Adapun hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel kualitas produk dan variabel keputusan pembelian dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel             | Cronbach's Alpha | Standar Reabilitas | Keterangan |
|----------------------|------------------|--------------------|------------|
| Disiplin Kerja (X)   | 0,776            | 0,60               | Reliabel   |
| Lingkungan Kerja (Y) | 0,824            | 0,60               | Reliabel   |

Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas variabel kualitas produk 0,776 dan variabel keputusan pembelian 0,824 lebih besar dari ketentuan yaitu 0,60. Sehingga seluruh pernyataan indikator atau kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Salah satu cara untuk melihat apakah data distribusi normal atau tidak dengan pengujian *kolmogorov-smirnov* (K-S).

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                  |                | 95                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 1.78237208              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .103                    |
|                                    | Positive       | .103                    |
|                                    | Negative       | -.058                   |
| Test Statistic                     |                | .103                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .072 <sup>c</sup>       |
| Exact Sig. (2-tailed)              |                | .425                    |
| Point Probability                  |                | .000                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Penulis, 2023

Dari hasil uji normalitas menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diketahui bahwa hasil nilai signifikansi *Asym.Sig 2 tailed* yang didapatkan sebesar 0,072 lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

### Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. syarat uji regresi linier sederhana adalah data penelitian harus valid dan reliabel, serta data penelitian harus berdistribusi normal.

**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | 19.548                      | 2.125      |                           | 9.455 | .000 |
| Kualitas Produk           | .736                        | .082       | .745                      | 8.279 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Penulis., 2023

Berdasarkan hasil pengolahan uji regresi linier sederhana, diketahui nilai Constant (a) sebesar 19,548 dan nilai kualitas produk (b/koefisien regresi) sebesar 0,736.

### Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2016), menyatakan bahwa uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain konstan. Adapun pengambilan keputusan uji t ini adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , jika  $t_{hitung} >$  daripada  $t_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, kemudian jika nilai signifikansi  $<$  dari 0,05, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 7 Hasil Uji Parsial (t)**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .745 <sup>a</sup> | .694     | .677              | 1.822                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji parsial (t) di atas, hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. Berdasarkan nilai  $t$  : diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $8,279 > t_{tabel}$  1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $8,279 > t_{tabel}$  1,986 yang artinya penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee.

### Uji Koefisiene Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tujuannya untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya.

**Tabel 8 Koefisiene Determinasi ( $R^2$ )**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 19,548                      | 2,125      |                           | 9,455 | ,000 |
| Kualitas Produk | ,736                        | ,082       | ,745                      | 8,279 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan ( $R$ ) yaitu sebesar 0,745. Dari data tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,694 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas produk ( $X$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 69,4%

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Setelah mengumpulkan data yang di dapat melalui angket penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee, maka dilakukan analisis data dan pembahasan untuk mendapatkan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan kemudian di rekap dan di olah menggunakan bantuan aplikasi *SPSS Versi 22*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee. Pada uji validitas yang dilakukan semua butir pernyataan yang digunakan dinyatakan valid.

Pada uji reabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel kualitas produk ( $X$ ) dan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) lebih besar dari nilai standar reabilitas. Sehingga seluruh pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Kemudian, uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov*, hasil uji *kolmogorov smirnov* didapatkan nilai *Asymp.Sig 2 tailed* lebih besar dari

nilai ketetapan, artinya data penelitian ini berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini memenuhi syarat yaitu model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal.

Hasil uji perhitungan regresi linier sederhana, yaitu nilai signifikansi lebih kecil dari nilai ketetapan dan nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel, dengan demikian hasil pengujian hipotesis diterima dan variabel kualitas produk ( $X$ ) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menjelaskan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,694 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas produk ( $X$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 69,4%. Kemudian sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee. Hasil penelitian dengan statistik uji  $t$  hitung sebesar 8,279 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1,986. Adapun pengambilan keputusan nya yaitu jika  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dapat diterima. Berdasarkan hasil uji  $t$  (hipotesis) maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $8,279 > t_{tabel}$  1,986. Kemudian untuk hasil uji koefisien deteminasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,694 yang artinya variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh 69,4%. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk ( $X$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee sebesar 69,4% dan

sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, serta hipotesis dalam penelitian ini diterima.

#### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang di anggap perlu, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis, sebaiknya dapat menambah dan mengembangkan variabel penelitian, sehingga mampu menghasilkan temuan yang lebih tajam dan mendalam demi kesempurnaan penelitian ini.
2. Bagi Sepatu Vans Selanjutnya, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada *e-commerce* Shopee. Untuk itu disarankan agar produk sepatu Vans harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang berguna untuk peningkatan jumlah penjualan produk sepatu Vans di *e-commerce* Shopee pada tahun yang akan datang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andrian Kasfari, Euis Soliha, 2022, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans Pada E-Commerce shopee*, *Jurnal of Management*, Vol.5 No.1, ISSN 2614-8510.
- Daga, 2017, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Gava Media.
- Gozali, Imam., 2016, *Aplikasi Analisis dengan program IBM SPSS 22*, Yogyakarta, Grasindo.
- Hamdani., Lupiyoadi, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba 6.
- Kotler P., Armstrong G., 2015, *PRINSIP PRINSIP PEMASARAN EDISI 12*, Jakarta, Erlangga.

Kotler P., Armstrong G., 2016, *Marketing Management*, (14 th ed). United States of America : Pearsoan.

Kotler P., Armstrong G., 2019, *Prinsip Manajemen Pemasaran Edisi 7*, Jakarta, Salemba 7.

Mulyadi, P., Olson, 2016, *Keputusan Pembelian Produk*, Jakarta, Grasindo.

Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung, Alfabeta

Suwardi, 2022, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gunadarma)*, *Jurnal JUKIM*, Vol.1 No.5 September, ISSN 2829-0518.