ABSTRAK

Untuk membuat konsumen setia pada sebuah merek dan untuk mempertahankan mereka, sangat penting untuk memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi loyalitas atau kesetiaan merek di antara mereka. Diantaranya terdapat tujuh faktor utama sebagai elemen pembentuk loyalitas merek yaitu, merek, kualitas produk, harga, *style*, suasana toko, promosi dan kualitas layanan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan ini. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek, kualitas produk, harga, *style*, suasana toko, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek NIKE di Surabaya

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi experimental atau causal research. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Jenis metode yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang pernah membeli sepatu olahraga merek Nike di Nike Factory Store Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Liner Berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa merek, kualitas produk, harga, style, suasana toko, promosi dan kualitas layanan memiliki nilai thitung sebesar 2,270, 3,351, 3,395, 2,506, 2,988, 2,232, dan 2,027 yang mana lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,968 hal ini menunjukkan bahwa merek, kualitas produk, harga, style, suasana toko, promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek NIKE. Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 264,445 yang mana lebih besar dari Ftabel sebesar 2,3719, hal ini menunjukkan bahwa merek, kualitas produk, harga, style, suasana toko, promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek NIKE. Selain itu juga penelitian ini menemukan bahwa harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek NIKE.

Kata Kunci: Merek; Kualitas Produk; Harga; *Style*; Suasana Toko; Promosi; Kualitas Layanan; Keputusan Pembelian Sepatu Nike.