

ABSTRAK

Perkembangan *fashion* di Kota Bandung menjadikan salah satu upaya peningkatan rasa percaya diri bagi masyarakat yang menggunakan produk bermerk, contohnya adalah sepatu. Sepatu saat ini memiliki berbagai macam jenis yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan, misalnya saja sepatu *casual* atau *sneakers* dan sepatu olahraga. Saat ini terdapat berbagai merek sepatu, contohnya saja yang paling terkenal adalah Adidas, Nike, Vans, dan Converse. Dan sampai saat ini masing-masing merek tersebut masih berkompetisi dalam menarik minat konsumen

Penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai beberapa indikator yang mempengaruhi seseorang dalam memilih atau menentukan merek sepatu yang akan dibeli. Keputusan Pembelian menjadi fokus dari penelitian ini dan penulis mengambil variabel Promosi dan Harga untuk menjadi variabel yang mungkin akan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan angka sebagai alat analisisnya. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Angkatan 2013, dalam penentuan sampel pada penelitian ini digunakan metode *Simple Random Sampling* sehingga dapat diketahui bahwa sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 77 responden yang merupakan Mahasiswa Manajemen Universitas Pasundan Angkatan 2013.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan valid dan reliabel. Promosi dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan, yaitu sebesar 72,3%. Secara parsial Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 22,5% dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 49,8%.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, Sepatu Adidas