ABSTRAK

Farid Muhammad Arsyat, 2026. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs (Studi pada Konsumen di Kota Madiun). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Heny Sidanti S.E., M.M., pembimbing (II) Dr. Apriyanti S.E., M.M., CPSMM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan métodо survei terhadap 385 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling.* Data dianalisis menggunakan análisis regresi linier berganda dengan bantuan *IBM SPSS statistic*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa inovasi produk, harga, dan fanatisme berpengaruhu positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukan bahwa peningkatan inovasi produk, penetapan harga yang sesuai, dan tingginya fanatisme konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga, Fanatisme, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Farid Muhammad. 2026. The Influence of Product Innovation, Product Quality, Price, and Fanaticism on Purchasing Decisions of SPECS Futsal Shoes (A Study on Consumers in Madiun City). Undergraduate Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Advisor I: Dr. Heny Sidanti S.E., M.M. *Advisor II:* Dr. Apriyanti S.E., M.M., CPSMM.

This study aims to analyze the influence of product innovation, product quality, price, and fanaticism on purchasing decisions of SPECS futsal shoes among consumers in Madiun City. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 385 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS Statistics.

The results indicate that product innovation, price, and fanaticism have a positive and significant effect on purchasing decisions, while product quality has no significant effect. These findings suggest that improving product innovation, setting appropriate prices, and strengthening consumer fanaticism toward the SPECS brand can increase purchasing decisions.

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Price, Fanaticism, Purchasing Decision