

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Robiyatul Adawiyah

120.2017.340

Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Ditinjau dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Sepatu *Converse* Kelapa Gading Jakarta Utara)

106 halaman + 22 tabel + 4 gambar, dan 4 lampiran

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Brand Image, Lifestyle dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Sepatu Converse serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta Utara khususnya Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Teknik probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 90 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner metode analisis data yang digunakan yaitu *Statistical Package for the Social*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) secara simultan brand image, lifestyle, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam islam, *brand image*, *lifestyle*, kualitas produk dan keputusan pembelian yang telah sesuai agar selalu dipertahankan dan ditingkatkan untuk memiliki budaya layaknya sifat-sifat Rasulullah SAW, untuk menghasilkan suatu produk berkualitas dengan citra yang baik dapat mengikuti gaya hidup bermasyarakat serta produk diproduksi dengan cara yang baik dan kedua belah pihak telah sepakat untuk membayar harga yang sesuai dengan kualitas.

Kata Kunci: Brand Image, Lifestyle, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian