

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Dinda Ophi Maharani
1202014052

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Jafra Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam
92 Halaman, 16 Tabel, 4 Gambar, 2 Lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Jafra pada semua konsumen Jafra serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer, sedangkan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *judgement sampling*. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan), dan koefisien determinasi ($Adj R^2$). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tinjauan Islam tentang kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sudah memenuhi syariat islam dengan memberikan kualitas terhadap produk yang dijual serta jujur dan amanah sehingga tercipta citra yang baik dan harga yang diberikan tidak ada unsur ketidakadilan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

***Economy Faculty
Study Program S-1 Management
2019***

*Dinda Ophi Maharani
1202014052*

*Effect of Product Quality, Brand Image and Price to the Cosmetic Jafra Purchase Decision and Review from Islam
92 Pages, 16 Tabels, 4 Pictures, 2 Attachments*

Abstract Description

This study aims to determine whether or not the influence of Product Quality, Brand Image and Price to Jafra Cosmetic Purchase Decisions for all Jafra consumers and the review from an Islamic point of view. This type of study is quantitative. The type of data used is primary data, while the data collection method uses a questionnaire. The number of samples of this study were 100 respondents, with a sampling technique using judgment sampling method. This analysis includes validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test (partial) and F test (simultan), and coefficient of determination ($Adj R^2$). The results of this study indicate that: (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) price has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) simultaneously all variables have a significant influence on purchasing decisions. The Islamic review of product quality, brand image and price on purchasing decisions has fulfilled the Islamic Shari'a by providing quality products that are sold as well as being honest and trustworthy so as to create a good image and the price provided there is no element of injustice.

Keywords : *Product Quality, Brand Image, Price, Purchasing Decision*