

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Ulfa Oktaviana

1202015150

Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Rawamangun Serta Tinjauannya Dalam Sudut Pandang Islam.

103 halaman + xv halaman + 29 tabel + 2 gambar dan 5 lampiran

Uraian Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Rawamangun secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen Pizza Hut Rawamangun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian. (4) Secara simultan Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Rawamangun. Dalam sudut pandang Islam, transaksi jual beli terkait dengan Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk yang ada dan berlaku di Pizza Hut Rawamangun tidak bertentangan dengan ekonomi Syariah karena tidak ada unsur keterpaksaan antara penjual dan pembeli, atas dasar suka sama suka, kerelaan serta tidak adanya unsur penipuan.

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

ABSTRACT

*Faculty Of Economics and Business
Study Program S-1 Management
2020*

Ulfa Oktaviana

1202015150

The Influence of Price, Brand Image and Product Quality On Purchase Decisions of Pizza Hut Rawamangun Product and Its Review From Islamic Point Of View

103 pages + xv pages + 29 tables + 2 pictures and 5 attachments

Abstract Description

The purpose of this research is to know how to Price, Brand Image and Product Quality on Purchase Decision in partial and simultaneous. The population in the research are the consumer Pizza Hut Rawamangun. The sampling technique used is purposive sampling technique. The number of respondents in this research are 100 respondents. Data were collected by using survey method with questionnaire instrument. Data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and F test (simultaneous). The result shows that: (1) Price has a positive and significant impact on purchase decisions. (2) Brand Image has a positive and significant impact on purchase decisions. (3) Product Quality has a positive and significant impact on purchase decisions. (4) simultaneously all independent variables have significant influence to purchase decisions. Overview from Islamic perspective, buying and selling transactions related to Price, Brand Image and the Quality of Product that exist and apply in Pizza Hut Rawamangun not conflict with syari'ah because there is not elements of compulsion between the seller and the buyer, on the basis of liking, willingness and lack of the fraud.

Keywords: *Price, Brand Image, Product Quality and Purchase Decisions.*