

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Dian Bahriawan

120.2017.059

Pengaruh Harga, Diskon, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen pada J'CO Donuts Kelapa Gading Jakarta Utara serta tinjauannya dari sudut pandang Islam (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017).

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, diskon, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk J'CO Donuts secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen J'CO Donuts di Universitas YARSI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 167 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 minat beli. (2) Diskon tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (5) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Dalam sudut pandang Islam, transaksi jual beli yang terkait dengan harga, diskon, citra merek dan kualitas produk yang ada dan berlaku di J'CO Donuts tidak bertentangan dengan ekonomi syariah karena harga sesuai dengan kualitas, tidak ada unsur keterpaksaan antara penjual dan pembeli, mempertahankan kualitas yang sudah ada serta tidak adanya unsur penipuan.

Kata Kunci: Harga, Diskon, Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat beli.