

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Septi Widyasari
120.2017.252

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Mascara Maybelline* Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen 2017 Universitas YARSI)
107 Halaman + xv halaman + 29 tabel + 8 gambar dan 3 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan mediasi citra merek antara kualitas produk dengan keputusan pembelian *Mascara Maybelline* serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen 2017 Universitas YARSI. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang menggunakan *Mascara Maybelline* dengan jumlah 101 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) melalui program *SPSS 22 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Menurut pandangan Islam, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada *Mascara Maybelline* sudah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

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