

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2021

Afifah Leeukhat Yasmin

120.2017.286

Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah serta Tinjauannya dari sudut pandang Islam

105 halaman + xiv halaman + 18 tabel + 3 gambar dan 3 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah serta Tinjauannya dari sudut pandang Islam Sampel dalam penelitian adalah 100 Pengunjung restoran Pizza Hut yang pernah membeli produk Pizza di restoran Pizza Hut Harapan Indah Bekasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square Structural Equation modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian . Menurut pandangan Islam apabila ingin meningkatkan Keputusan Pembelian masyarakat, penjual harus bisa memperbaiki mempertahankan citra merek perusahaan, dan memastikan bahwa harga produk tersebut dapat terjangkau. ketika suatu produk memiliki citra merek yang tinggi maka produk tersebut dapat menarik perhatian orang lain yang sesuai dengan syariat Islam maka akan menimbulkan suatu kesan yang baik terhadap orang lain.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Islam

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2021*

**Afifah Leeukhat Yasmin
120.2017.286**

The Influence of *Brand Image*, Price, and Service Quality on Purchase Decisions at Pizza Hut Harapan Indah and its review from an Islamic point of view

105 pages + xiv pages + 18 tables + 3 pictures and 3 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of brand image, price, and service quality on purchasing decisions at Pizza Hut Harapan Indah and its review from an Islamic point of view. The sample in this study was 100 Pizza Hut restaurant visitors who had purchased pizza products at Pizza Hut Harapan Indah Bekasi restaurant. The sampling technique used is purposive sampling. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation modeling analysis.

The results showed that (1) Brand Image had a positive and significant effect on Purchase Decisions (2) Price had a positive and significant effect on Purchase Decisions (3) Service Quality had a positive and significant effect on Purchase Decisions. According to the Islamic view, if you want to improve people's purchasing decisions, the seller must be able to improve, maintain the company's brand image, and ensure that the price of the product is affordable. when a product has a high brand image then the product can attract the attention of others in accordance with Islamic law, it will create a good impression on others.

Keywords: Brand Image, Price, Service Quality, Purchase Decision, Islam