

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Dwi Rahayu Utami
120.2017.070

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YARSI Manajemen Angkatan 2017)

85 halaman + xv halaman + 15 tabel + 2 gambar dan 3 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen 2017 Universitas Yarsi yang pernah melakukan pembelian The Body Shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 101 orang mahasiswi. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modelling*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (p-value 0,053) (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (p-value <0,001) (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (p-value 0,01) (4) citra Merek, kualitas produk, promosi dapat dijadikan model yang memiliki kesesuaian yang besar (GoF 0,697) untuk dijadikan model yang dapat memprediksi (Q^2 0,816) pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Dalam Islam, pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu haruslah seimbang, dikatakan seimbang jika dalam pembelian tidak berlebih-lebihan yang sesuai dengan kebutuhan dan tidak kikir. Maksudnya sebelum membeli harus memperhatikan citra merek, kualitas produk, dan bagaimana cara produk mempromosikannya agar produk yang dibeli tidak berlebih-lebihan.

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