

## **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2020**

**Adi Supani**

**120.2016.002**

**Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Herbalife Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam  
(Studi Kasus Pada Karyawan Swasta di DKI Jakarta)**

124 halaman + xvii halaman + 17 tabel + 3 gambar dan 4 lampiran

### **Uraian Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. Responden pada penelitian ini adalah Karyawan Swasta di DKI Jakarta sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife.

Tinjauan Islam menjelaskan bahwa dalam membentuk citra merek, dan kualitas produk harus sesuai dengan prinsip-prinsip Syariat Islam, dengan citra merek yang sesuai dengan sifat wajib Rasulullah. Kualitas produk dalam Islam harus mengedepankan masalah dan kebutuhan serta kehalalan dalam hal konsumsi. Dalam membangun keputusan pembelian dari sisi penjual tidak boleh memaksa konsumen untuk membeli produknya, kemudian dari sisi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian haruslah seimbang, yaitu tidak berlebihan, sesuai dengan kebutuhan dan tidak kikir.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

**Faculty of Economics and Business  
Study Program S-1 Management  
2019**

**Adi Supani**

**120.2016.092**

***The Effect of Brand Image and Product Quality on Herbalife Product Purchase Decisions and Its Overview from an Islamic Point of View (The Case Study of Private Employees in DKI Jakarta)***

*124 pages + xvii pages + 17 tables + 3 pictures + and 4 attachments*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image and product quality on Herbalife Product Purchase Decisions. Respondents in this study were 100 Private employees in DKI Jakarta. The data analysis method used in this research is multiple linear regression, t test (partial), and F test (simultaneous). The results showed that: (1) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) simultaneously brand image and product quality had a significant effect. about Herbalife product purchase decisions.*

*From an Islamic point of view, it explains that in forming a brand image, and product quality must be in accordance with the principles of Islamic law, with a brand image that is in accordance with the mandatory characteristics of the Prophet. Product quality in Islam must prioritize maslahah and necessity and halal consumption. In building a purchasing decision from the seller's side, it is not allowed to force consumers to buy their products, then from the consumer's side in determining the purchase decision, it must be balanced, namely not exaggerating, according to need and not stingy.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*