

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Farras Fauzan

120.2015.056

Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Sinar Sosro Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen PT. Sinar Sosro di Universitas YARSI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 125 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 signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam sudut pandang Islam, transaksi jual beli yang terkait dengan Harga, Promosi dan kualitas produk yang ada dan berlaku di PT. Sinar Sosro tidak bertentangan dengan ekonomi syariah karena tidak ada unsur keterpaksaan antara penjual dan pembeli, atas dasar suka sama suka, kerelaan serta tidak adanya unsur penipuan.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

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

Farras Fauzan

120.2015.056

The Influence of Price, Promotion and Product Quality On Purchase Decisions of PT. Sinar Sosro Product and Its Review From Islamic Point Of View

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Price, Promotion and Product Quality on Purchase Decisions in the partial and simultaneous. The population in the research are the consumers PT. Sinar Sosro at YARSI University. The sampling technique used is purposive sampling technique. The number of respondents in this research are 125 respondents. Data were collected by using survey method with questionnaire instrument. Data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and F test (simultaneous). The result shows that: (1) price has a significant impact on purchase decisions. (2) promotion has a positive and significant impact on purchase decisions. (3) product quality has a positive and significant impact on purchase decisions. (4) simultaneously all independent variables have significant influence to purchase decisions. Overview from islamic perspective, buying and selling transactions related to prices, advertisements and the quality of products that exist and apply in PT. Sinar Sosro not conflict with syari'ah because there is not elements of compulsion between the seller and the buyer, on the basis of liking, willingness and lack of the fraud.

Keywords: *Price, Promotion, Product Quality and Purchase Decisions.*