

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi

Program Studi S-1 Manajemen

2019

Samsudin Alamsyah

120.2015.134

Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Mobil Toyota Avanza Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam

97 halaman + xvii halaman + 22 Tabel + 3 Gambar + dan 15 Lampiran

Uraian Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Citra merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($0,033 < 0,05$); (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($0,000 < 0,05$); (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($0,000 < 0,05$); (4) Secara keseluruhan Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang signifikan ($0,000 < 0,05$). Dalam sudut pandang Islam tentang citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada mobil Toyota Avanza sudah sesuai dengan etika yang dimiliki seorang tenaga pemasaran islam karena tenaga pemasaran toyota menerapkan etika taqwa, shiddiq, al-'adl, khidmah, tahfif, amanah, tidak berburuk sangka, tidak menjelekan dan tidak melakukan suap (risywah).

Kata kunci : Citra merek , Harga Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Faculty of Economics

**S-1 Study Program
Management**

2019

Samsudin Alamsyah

120.2015.134

The Influence Of Brand Image, Price, and Promotion On Decision of Purchase of Toyota Avanza And Its Review From Islamic Point Of View

97 pages + xvii pages + 21 tables + 3 pictures + and 15 attachment

Description Abstract

The purpose of this research is to know how to Brand Image, Price and Promotion on Decision of purchase in the partial and simultaneous. The sample in this research is 100 respondents by using sampling technique is Accidental Sampling is sampling from members of population that is easy to get and able to provide that information. Methods of data analysis using multiple linear regression. The result of the research shows that: (1) Brand Image has positive and significant effect on Decision of purchase ($0,033 < 0,05$); (2) Price has positive and significant effect on Decision of purchase ($0,000 < 0,05$); (3) Promotion has positive and significant effect on Decision of purchase ($0,000 < 0,05$); (4) Brand Image, and Price on Decision of Purchase has a significant influence ($0,000 < 0,05$). In the Islamic point of view of brand image, pricing and promotion on buying decisions on Toyota Avanza cars are in line with the ethics of an Islamic marketing force because the toyota marketing force applies the ethics of taqwa, shiddiq, al-'adl, khidmah, tahfif, trust, not arguing , not digging and do not bribe (risywah).

Keyword : *Brand Image , Price and Decision of Purcahse*