

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Arnald Hasyim

1202015029

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor *Matic* Honda Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pengguna Motor *Matic* Honda Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas YARSI)

xvi + 97 Halaman + 23 Tabel + 4 Gambar + 2 Lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor *matic* Honda. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa/i fakultas ekonomi universitas yarsi sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linier berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut sudut pandang Islam diketahui bahwa islam telah mengatur segalanya pada kehidupan manusia dan dituangkan dalam Al-Qur'an dan Hadits yang dimana tidak ada keraguan didalamnya (maha besar Allah SWT dengan segala firmanNya), maka dari itu kita sebagai muslim yang taat seharusnya dapat mengimplementasikan segala perintah Allah SWT.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

*Faculty Of Economic And Business
S-1 Study Program Management
2019*

Arnald Hasyim

1202015029

The Effect of Brand Image, Product Quality and Price on Matic Honda Motorbike Purchase Decisions and Islamic Views (A Case Study of Matic Honda Motor Users at YARSI University Economics Students)

xvi + 97 Pages + 23 Tables + 4 Pictures + 2 Attachment

Abstract

This study aims to determine the effect of brand image, product quality and price on Honda motorbike purchasing decisions. Respondents used in this study were 100 economics university students in the university faculty. The data analysis method used in this study is multiple linear regression, t test (partial) and f (simultaneous) test. The results showed that: (1) brand image partially has a positive but not significant effect on purchasing decisions, (2) product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) prices partially have a positive and significant effect on purchasing decisions, and (4) brand image, product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. According to Islamic point of view, it is known that Islam has regulated everything in human life and poured in the Qur'an and Hadith where there is no doubt in it (the great Allah SWT with all his words), therefore we as devout Muslims should be able to implement all commands of Allah SWT.

Keywords: *brand image, product quality, price, purchasing decision*