

## **ABSTRAK**

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

**Rhaffy Martin**

**120.2016.271**

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pengguna sepatu Vans Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi pada pengguna sepatu Vans pada mall Kota Kasablanka).**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna sepatu Vans di Mall Kota Kasablanka yang pernah menggunakan produk sepatu Vans yang berjumlah 110 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara parsial citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam syari'at Islam produk sepatu Vans telah menerapkan prinsip ekonomi Islam yaitu produk yang dihasilkan berkualitas baik, citra merek yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan realita, kualitas pelayanan yang diberikan dilakukan dengan tulus dan melakukan transaksi dengan cara yang baik.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.