

ABSTRAK

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

Syahdian Fakhrurozi
1202014224

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam
(Studi Empiris Pada Konsumen Es Krim Aice Indomaret Pademangan Jakarta Pusat)

Uraian Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian es krim Aice baik secara parsial maupun simultan, sekaligus untuk mengetahui tinjauannya dari sudut pandang islam. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden yang telah menggunakan produk es krim Aice di Indomaret Jakarta Pusat dengan teknik purposive sampling. Metode analisis dengan menggunakan pendekatan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) tinjauan islam mengenai pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan sejalan dengan prinsip nilai-nilai islam, islam mengajarkan kepada kita bahwa suatu produk yang dijual haruslah berkualitas, jujur, tidak membohongi khalayak dan amanah agar tercipta citra yang baik terhadap perusahaan dan produk yang dijualnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pemebelian

ABSTRACT

**Economy Faculty
Study Program S-1 Management
2020**

Syahdian Fakhrulrozi

1202014224

Effect of Quality Produk, Brand Image and Price to the Ice Cream Aice Purchase Decision and Review from Islam

(Study Empirical on the Customer Ice Cream Aice at Indomaret in Central Jakarta)

Abstract Description

The purpose of this research is to know the influence of quality product, brand image, and the price of the purchase of the Ice Cream Aice partial or simultaneous, as well as to find out the review from an Islamic viewpoint. The type of research used in this research is quantitative research and data gathering technique used is to spread out the questionnaire. This research using a sample of as many as 60 respondents who have used ice cream Aice products at Indomaret in Central Jakarta with purposive sampling technique. Analysis method using multiple regression analysis approach.

The results showed that: (1) quality product in a positive and not significant effect against the purchasing decision.(2) brand image effect positively and not significantly to the purchasing decision.(3) the price effect positively and significantly to the purchasing decision (4) simultaneous whole variable has a significant effect against the purchasing decision. (5) an islamic review of the influence of product quality, brand image, and price has a positive influence on purchasing decisions in line with the principles of values from an islamic point of view, because islam teaches us that a product sold must be of good quality, honest, not deceive the public and mandate so that created a good image of the company and the products it sells.

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