ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Putri Ageng Wijaksana
120.2016.129

Pengaruh Harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas YARSI 2016)

108 halaman + xvii halaman + 20 tabel + 4 gambar + 4 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi manajemen Universitas YARSI 2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *kuota sampling.*Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi Kopi Kenangan. Data dikumpulkan dengan menggunakankuesioner**.** Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.(4) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.Menurut sudut pandang Islam, bahwa kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan Harga, Citra Merek, dan*Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian menunjukan bahwa kegiatan tersebut diperbolehkan namun harus sesuai dengan syari'at dan ketentuan- ketentuan dalam Islam.

Kata Kunci : Harga,Citra Merek, *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian.