

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Indah Fitri Yanah

120.2016.073

Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswi FEB Universitas YARSI Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada Produk Perawatan Wajah Pond's *Brightening Micellar Water*).

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YARSI yang pernah menggunakan produk perawatan Wajah Pond's *Brightening Micellar Water* yang berjumlah 120 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 *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) secara parsial Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam syari'at Islam produk Perawatan wajah Pond's *Brightening Micellar Water* telah menerapkan prinsip ekonomi Islam yaitu produk yang dihasilkan berkualitas baik, citra yang dibangun dengan cara baik, harga yang ditawarkan tidak dilebih-lebihkan dan melakukan transaksi dengan cara yang baik pula.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

***Faculty Of Economics and Business
Study Program S-1 Management
2020***

Indah Fitri Yanah

120.2016.073

The Influence of Product Quality, Brand Image, Price on Purchasing Decisions of FEB YARSI Students and Their Overview from an Islamic Point of View (Case Study on Pond's Brightening Micellar Water Facial Care Products).

ABSTRACT

This research was conducted to examine the effect of product quality, brand image, and price on purchase decisions. The sample used in this study were students of the Faculty of Economics and Business, YARSI University who had used Pond's Brightening Micellar Water facial care products, totaling 120 people. The method of collecting data using a questionnaire. The data analysis used multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. (2) Brand Image has a positive and significant influence on Purchasing Decisions. (3) Price has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. (4) Product Quality, Brand Image, and Price simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions. In Islamic law, Pond's Brightening Micellar Water facial care products have implemented Islamic economic principles, namely, the products produced are of good quality, an image that is built in a good way, the price offered is not exaggerated and makes transactions in a good way too.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price and Purchase Decisions.