

# ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2020

**Muhammad Yushar Fadhilla**

**120.2016.022**

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda PCX (Studi Kasus pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI)**

132 Halaman + iv Halaman + 20 Tabel + 5 Gambar + 1 Lampiran

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen serta tinjauannya dalam sudut pandang Islam pada produk motor Honda PCX. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan Uji t dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut sudut pandang Islam, bahwa kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kegiatan tersebut diperbolehkan namun harus sesuai dengan syari'at dan ketentuan-ketentuan Islam.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Faculty of Economics And Business  
S-1 Study Program Management  
2020*

**Muhammad Yushar Fadhilla**

**120.2016.022**

*The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Consumer Purchasing Decisions on Honda PCX Products and Their Overview From an Islamic Perspective (Case Study on Yarsi University Faculty of Economics and Business Students).*

*132 Pages + v Pages + 20 Tables + 5 Pictures + 1 Attachments*

## **ABSTRACT**

*This Study was to determine the effect of Brand Image, Product Quality, and Price on consumer purchasing decision and their view from Islamic perspective of Honda PCX. The sampling technique used was purposive sampling found in Non-Probability Sampling. The number of samples used in this study were 100 respondents. Data analysis method used is multiple regression analysis with t test (partial) and F test (simultaneous). The results show that: (1) Brand Image has a positive and significant relation on purchasing decisions. (2) Product Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) simultaneously all independent variables have significant effect on purchasing decisions. From an Islamic point of view, the activities carried out in connection with Brand Image, Product Quality, and Price of purchasing decisions indicate that these activities are permissible but must be in accordance with Islamic shariah and provisions.*

*Keyword: Brand Image, Product Quality, Price and Purchasing Decision*