

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Lidia Kurniawati

120.2017.321

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum Di Bekasi Utara Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Es krim Wall's Magnum di Bekasi Utara).

126 Halaman + XVI halaman + 25 Tabel + 4 Gambar dan 3 lampiran

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat yang pernah membeli produk es krim Wall's Magnum di Bekasi Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, citra merek dan sikap konsumen baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan *explanatory research*. Metode pengumpulan data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan teknik tersebut 200 responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Variabel sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Secara simultan kualitas produk, citra merek dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam sudut pandang islam tentang kualitas produk, citra merek dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian harus menerapkan unsur-unsur yang dilarang dan diperbolehkan dalam Al-Qur'an seperti kejujuran, tidak berburuk sangka, amanah, etika dalam jual beli dan mengutamakan kebutuhan untuk kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian.