

ABSTRAK

Inayatus Sa'diyah, 1950210215, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Outlet Rabbani Cabang Jepara"

Penelitian ini dilakukan karena di era perkembangan fashion yang semakin pesat ini, banyak bermunculan perusahaan yang menciptakan produk fashion terutama fashion muslim muslimah. Produk fashion pun mulai bermunculan dari yang mereknya tidak terkenal sampai yang terkenal. Rabbani merupakan perusahaan fashion muslim muslimah yang berdiri sejak tahun 1991. Penelitian ini mengangkat pokok permasalahan penting yaitu analisis citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli. Penelitian ini dilakukan agar Rabbani selalu dapat meningkatkan penjualan dan bersaing dengan perusahaan lain sesuai dengan tujuan Rabbani di masa yang akan datang yaitu mampu mempertahankan bisnis dan dapat mengembangkan bisnis setiap waktunya. Dalam penelitian ini lebih menekankan tentang aspek pemasaran islam dalam setiap pembahasannya, sesuai dengan tujuan berdirinya Rabbani yaitu menjadi media berdakwah untuk menutup aurat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan untuk meningkatkan minat beli konsumen dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada Outlet Rabbani Cabang Jepara. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli produk Rabbani di Outlet Rabbani Cabang Jepara, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik penarikan sampelnya adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (observasi, wawancara dan kuisioner) dan penelitian kepustakaan. Alat yang digunakan untuk mengolah data adalah SPSS versi 25.0 dan teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Prasyarat (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi) dan Uji Hipotesis (Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji T dan Uji F)

Hasil dari uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Uji prasyarat menunjukkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal, serta tidak terdapat gejala multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Dalam uji hipotesis didapatkan hasil analisis regresi linier berganda yaitu $Y = 0,515 + CM (-0,085) + H 0,594 + KP 0,596$. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebanyak 76,3% dari variabel independen (citra merek, harga, kualitas produk) terhadap variabel dependen (minat beli), sedangkan sebanyak 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dan hasil uji T menunjukkan bahwa secara parsial (1) citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Rabbani (2) harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Rabbani (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Rabbani. Sedangkan hasil Uji F menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Rabbani.

Kata kunci : Citra merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli