

ABSTRAK

Kurnia Alfiaturrohmaniah (1420310074). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin Paris (Studi Kasus pada Konsumen di Member Sofiatun Demak) Skripsi, Kudus : Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi: Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin Paris (Studi Kasus pada Konsumen di Member Sofiatun Demak). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah (X1) Harga, (X2) Kualitas Produk, dan (X3) Citra Merek. Sedangkan variabel dependennya adalah (Y) Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *acidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Untuk pengujian instrumen menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda, uji t, uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R^2) dengan bantuan program olah data SPSS.

Hasil uji t pada penelitian ini diketahui bahwa t hitung variabel harga lebih besar dari t tabel ($2,322 > 1,672$) yang berarti harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, t hitung variabel kualitas produk lebih besar dari t tabel ($2,330 > 1,672$) yang berarti kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan t hitung variabel citra merek lebih besar dari t tabel ($2,580 > 1,672$) yang berarti citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil Uji F diketahui F hitung lebih dari F tabel ($9,702 > 2,770$) yang berarti harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 4,116 + 0,335X_1 + 0,297X_2 + 0,278X_3 + e$. sedangkan hasil nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,307. Dengan demikian Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Sophie Martin Paris di Member Sofiatun Demak sebesar 30,7% sedangkan sisanya 69,7% adalah pengaruh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

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