

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Tempat terhadap Keputusan Konsumen berbelanja Busana Muslim (Studi pada Toko Indofashion Aziziah Tulungagung)” ini ditulis oleh Reni Puspita Sari, NIM 17402153138, pembimbing Dr. H. Dede Nurrohman, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan dunia bisnis saat ini yang semakin ketat khususnya dalam dunia fashion, dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang berbeda dengan pesaing sehingga berdampak pada maraknya peredaran berbagai produk busana muslim. Keputusan konsumen adalah bentuk perilaku konsumen yang dilakukan setelah melalui proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, serta sampai kepada perilaku setelah pembelian. Dalam penelitian ini mengambil empat faktor, yaitu harga, kualitas produk, tempat dan keputusan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari harga, kualitas produk, dan tempat terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim pada toko Indofashion Aziziah Tulungagung. Data yang digunakan ialah data primer yang diperoleh melalui kuesioner berupa pernyataan dan pertanyaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik penentuan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dan menghasilkan sebanyak 57 responden. Responden yang diambil adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian di toko Indofashion Aziziah Tulungagung. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas data, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang peliputi uji T dan uji F, uji regresi linear berganda serta uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (1) terdapat pengaruh signifikan negatif variabel harga terhadap keputusan konsumen (2) variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (3) tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (4) secara bersama-sama variabel harga, kualitas produk, dan tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja busana muslim toko Indofashion Aziziah Tulungagung.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Tempat, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Price, Product Quality, and Place on Consumer Decisions shop for Muslim fashion (Study on Aziziah Tulungagung Indofashion Shop)" was written by Reni Puspita Sari, NIM 17402153138, Dr. H. Dede Nurrohman, M. Ag.

This research is motivated by competitive conditions in today's business world that are increasingly tight especially in the world of fashion, where every company is required to be able to meet consumer needs and strive to create a product that is different from competitors so that the impact of the circulation of various Muslim fashion products. Consumer decisions are a form of consumer behavior that is carried out after going through a decision-making process that is problem recognition, information seeking, alternative evaluation, and reaching behavior after purchase. In this study take four factors, namely price, product quality, place and consumer decisions.

This study aims to explain the effect of price, product quality, and place on the decision of consumers to shop for Muslim clothing at the Aziziah Indofashion shop Tulungagung. The data used are primary data obtained through questionnaires in the form of statements and questions. The sampling method used is the accidental sampling method. Accidental sampling is a determination technique that happens to coincide with the researcher can be used as a sample, if it is seen that the person who happened to be found is suitable as a source of data and produces as many as 57 respondents. Respondents taken were consumers who made purchasing decisions at the Aziziah Indofashion shop in Tulungagung. The analytical method in this study is to test the validity and reliability of the data, the classic assumption test which includes normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, hypothesis testing which includes T test and F test, multiple linear regression test and determination coefficient test (R^2).

The results of this study show partially (1) there is a significant negative effect of price variables on consumer decisions (2) product quality variables have a significant effect on consumer decisions (3) place significant effect on consumer decisions (4) jointly variable prices, product quality, and place have a significant effect on consumers' decision to shop for Muslim clothing, Indofashion Aziziah store, Tulungagung.

Keywords: Price, Product Quality, Place, Consumer Decision