

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Nibra’s di Nibra’s House Maxi Nganjuk (Perspektif Ekonomi Islam)**” ini ditulis oleh Merischa Aditya Berliantasary, NIM. 17402153158, pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E, M.M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh *trend* atau model busana muslim saat ini menjadi model busana pada masakini, banyak masyarakat Indonesia yang lebih mengenakan pakaian Muslim dan Muslimah daripada memakai baju pendek, rok mini, dan dres mini. Mereka lebih nyaman mengenakan pakaian yang menutup aurat mereka, selain sebagai kewajiban memakai pakaian yang menutup aurat busana muslim dan muslimah adalah pakaian yang lagi *trend* di zaman sekarang ini. Keputusan pembelian khususnya produk Pakaina merupakan salah satu keputusan pembelian yang paling diminati oleh konsumen khususnya kaum wanita, *brand* atau model pakaian muslimah lagi menjamur di Indonesia

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah (1) Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Nibra’s? (2) Bagaimana proses keputusan pembelian produk Nibra’s? (3) Bagaimana kendala dan solusi dalam keputusan pembelian produk nibra’s? Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data interaktif. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu keadaan intern organisasi yang meliputi (dana yang tersedia atau modal, kemampuan karyawan, kelengkapan dari peralatan, bahan baku, manajemen dan pasar). Informasi yang tersedia, dan keadaan ekstern. (2) proses keputusan pembelian yaitu konsumen mempertimbangkan merek, informasi dan juga gaya hidup sebagai keputusan pembelian (3) Kekurangan barang atau *stock* merupakan kendala dalam Nibra’s House Maxi Nganjuk sehingga menyebabkan adanya produk KW yang menggunakan gambar Nibra’s ORI dan menjualnya dengan harga yang cukup jauh perbandingannya. Adanya karyawan baru merupakan salah satu kendala dalam Nibra’s House Maxi Nganjuk, solusi yang ditawarkannya dengan adanya return 3 x 24 jam bagi konsumen yang membeli produk Nibra’s di Outlet.

Kata Kunci : Pelayanan yang ramah, Informasi yang diterima, Nibra’s House Maxi

ABSTRACT

Thesis with title “Analysis of Factors Affecting the Decision of Product Designers Nibra’s at Nibra’s House Maxi Nganjuk (Islamic Economic Perspective)” Written by Merischa Aditya Berliantasary, NIM. 17402153158. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Economy, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E, M.M.

The research in this thesis is motivated by Muslim fashion trends or models currently being fashioned at present, many Indonesians are wearing Muslim clothing and Muslim women more than wearing short clothes, mini skirts, and mini dresses. They are more comfortable wearing clothes that cover their genitals, besides being obliged to wear clothes that cover the genitals of Muslim clothing and Muslim women are clothes that are more trendy today. The purchase decision, especially Pakaina products, is one of the most popular purchasing decisions for consumers, especially women, the brand or model of Muslim clothing is mushrooming in Indonesia.

The focus of this research is (1) What is the factors that influence Nibra’s product purchasing decisions? (2) What is the process of purchasing Nibra’s products? (3) What is the constraints and solutions to the Nibra’s product purchasing decisions?.

This research is a qualitative research with descriptive qualitative research. In this research, researchers used interactive data. Method of collecting data by observation, interview and domination. Check the validity of the data using Triangulation.

The results of this research indicate that (1) the factors that influence purchasing decisions are the internal conditions of the organization which include (available funds or capital, employee ability, completeness of equipment, raw materials, management and markets). Available information, and external conditions. (2)the purchase decision process, namely consumers consider brand, information and lifestyle as purchasing decisions.. (3) The shortage of goods or stock is an obstacle in Nibra’s House Maxi Nganjuk, which causes KW products to use images of Nibra’s ORI and sell them at a price far enough compared. The presence of new employees is one obstacle in Nibra’s House Maxi Nganjuk, the solution it offers with the return of 3 x 24 hours for consumers who buy Nibra’s products at Outlets.

Keywords: *Friendly service, Information received, Nibra’s House Maxi*