

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kelompok Referensi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Custom Fast And Loud Industries Ponggok Blitar” ini ditulis oleh Muhamad Nizar Arif, NIM. 1742153181, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M. SI.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh teknologi yang saat ini terus berkembangnya dan mengalami kemajuan. Kemajuan tersebut menyebabkan berubahnya cara berbelanja masyarakat. Pada era saat ini indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan yang tinggi. Pada zaman sekarang sudah memakai alat digital untuk mempromosikan produknya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer, pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. alat analis dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t variabel kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan dari hasil pengujian secara simultan uji F diketahui berpengaruh secara signifikan antara variabel kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. dari hasil uji Determinasi diketahui nilai *adjusted R square* keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-varabel bebas yang lain.

Kata kunci: Kelompok Referensi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Thesis entitled "Effect of Reference Groups, Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions on Custom Fast And Loud Industries Ponggok Blitar" this was written by Muhammad Nizar Arif, NIM. 1742153181, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung with supervisor Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M. SI.

The background of this research by the technology that is currently the continued development and progress. The progress has changed the way people shop. In this era, Indonesia is a country with high growth. At times it was using a digital tool to promote their products.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study the type of data used is primary data, the measurement in this study uses a Likert scale. The analysis tool in this research is using validity and reliability, the classic assumption test and multiple regression analysis that serves to prove the hypothesis of the study.

The results of this study indicate that the results of the t test variable reference group, product quality and service quality significantly influence purchasing decisions. while simultaneously test results F test known significant influence between the variables of the reference group, product quality and service quality to the purchase decision. Determination of test results adjusted R-square value is known purchasing decisions are influenced by independent variables are the reference group, the quality of product and service quality, while the rest is explained by the variable-free varabel others.

Keywords: Reference Group, Product Quality, Service Quality