

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Pada Perilaku Kasus Pembelian Kerudung Syar’I Instan Oleh Masyarakat Di Tulungagung ” yang ditulis oleh Izzatun Nisa’, NIM. 17402163141, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Kegiatan konsumsi merupakan bagian dari penelitian ini. Masyarakat akan melakukan suatu keputusan pembelian yang didorong adanya minat beli. Salah satu faktor yang melatarbelakangi adanya keputusan pembelian dan minat beli karena harga dan kualitas produk sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu dengan adanya harga dan kualitas produk akan membuat perusahaan meningkatkan daya saingnya dan membuat masyarakat puas, dan minat kemudian akan melakukan pembelian. Dengan adanya permasalahan tersebut penelitian ini mengangkat judul harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada masyarakat yang pernah membeli kerudung syar’i instan.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan aksidental. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yaitu masyarakat di Tulungagung yang pernah membeli kerudung syar’i instan. Tahap selanjutnya data kuesioner dianalisis dengan smart PLS 3,0 yang berfungsi untuk mengetahui hubungan dalam hipotesis penelitian. Data yang diperlukan adalah untuk menghasilkan uji validitas, uji reabilitas, *R square*/koefisien determinasi, koefisien jalur/path coefficient, *T statistic*, predictive relevance, dan model fit.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel kualitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli, variabel harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, dan kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. hasil uji *R square* menunjukkan keputusan pembelian 0,598 dan minat beli 0,783 itu artinya keputusan pembelian memberikan pengaruh secara bersama-sama dengan harga dan kualitas produk dengan hasil 60% dan sisanya 40% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian, dan minat beli memberikan hasil 78% itu artinya minat beli secara bersama-sama dengan harga dan kualitas produk memberikan pengaruh 78%, dan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan minat beli

ABSTRACT

Skripsi with the title "The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables (In the Behavior of the Case of Purchasing Instant Syar'I Veils by the Community in Tulungagung" written by Izzatun Nisa', NIM. 17402163141, supervisor Dr. Muhammad Aswad, MA.

Consumption activities are part of this research. People will make a purchase decision that is driven by buying interest. One of the factors behind the purchase decision and buying interest is because the price and quality of the product are in accordance with their wishes. In addition, the price and quality of the product will make the company increase its competitiveness and make the public satisfied, and interest will then make a purchase. With these problems, this research raises the title of price and product quality on purchasing decisions with buying interest as an intervening variable with the aim of knowing the effect of price and quality on purchasing decisions with buying interest as an intervening variable in people who have bought instant syar'i veils.

The technique used in sampling in this study is to use accidental. The number of samples used in this study were 30 respondents, namely people in Tulungagung who had bought instant syar'i veils. The next stage of the questionnaire data was analyzed with smart PLS 3.0 which serves to determine the relationship in the research hypothesis. The data needed is to produce validity test, reliability test, R square/determination coefficient, path coefficientpath coefficient, T statistic, predictive relevance, and model fit.

In accordance with the results of hypothesis testing, it shows that the price variable has a positive but not significant effect on purchasing decisions, the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, the price variable has a positive and significant effect on buying interest, the quality variable has a negative and insignificant effect on buying interest, the price variable has a positive but not significant effect on purchasing decisions through buying interest, and product quality has a positive but not significant effect on purchasing decisions through buying interest. The results of the R square test show that purchasing decisions are 0.598 and buying interest is 0.783 which means that purchasing decisions have a joint influence on price and product quality with 60% results and the remaining 40% is influenced by other variables outside the study, and buying interest gives 78 % results, which means buying interest together with price and product quality has an effect of 78%, and the remaining 22% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: price, product quality, purchasing decisions and buying interest