

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Raafi Elwalid Muizzudin, NIM 12405183315, Pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag. M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keadaan dimana persaingan bisnis yang begitu ketat dalam keterbukaan bisnis saat ini mengakibatkan semakin sempit peluang pasarnya. Perilaku pembelian konsumen yang beragam seperti halnya selera konsumen yang mudah berubah juga memicu perusahaan untuk menitikberatkan strategi pemasaran yang unggul dibanding para pesaing. UD. Bintang Lestari sebagai perusahaan dibidang produksi/pembuatan alat dapur khususnya spatula dan parutan kelapa diharuskan memiliki strategi pemasaran yang baik, di mana strategi tersebut nantinya dapat menentukan keberlangsungan perusahaan, apakah perusahaan akan unggul dalam persaingan, dapat terus bertahan ataupun gulung tikar. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan islami, desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Insidental Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 55 responden yaitu konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Data kuesioner dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data kemudian diolah menggunakan beberapa uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan islami dan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan islami, desain produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,726 menunjukkan bahwa 72,6% variabel keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh ke empat variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 27,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Islami, Desain Produk, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "Influence of Islamic Service Quality, Product Design, Product Quality, dan Price On Purchasing Decisions (Case Studies on Consumers UD. Bintang Lestari Ngunut Village Ngunut District Tulungagung)" was written by Raafi Elwalid Muizzudin, NIM 12405183315, Mentor Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag.M.H.I.

This research is motivated by circumstances where business competition is so tight in business openness today resulting in narrower market opportunities. The practice of consumer purchases that are as diverse as the tastes of consumers who are volatile also triggers the company to emphasize a marketing strategy that is superior to competitors. UD. Bintang Lestari as a company in the field of production / manufacture of kitchen tools, especially spatula and coconut grater is required to have a good marketing strategy, where the strategy can later determine the sustainability of the company, whether the company will excel in competition, can continue to survive or go out of business. Therefore, this study aims to determine the influence of Islamic service quality, product design, product quality, and price on UD consumer purchasing decisions. Bintang Lestari Ngunut Village Ngunut District Tulungagung Regency both partially and simultaneously.

The research method used in research is quantitative research with sampling techniques, namely Insidental Sampling. The number of samples used in this study as many as 55 respondents were UD consumers. Bintang Lestari Ngunut Village Ngunut District Ngunut Tulungagung Regency. The questionnaire data was analyzed using multiple linear regressions that served to prove the study hypothesis. The data is then processed using several tests, namely normality test, multicollinearity test, heteroskedasity test, t test, f test, and determination coefficient test.

The results of hypothesis testing using the t test showed that islamic service quality and product design had no significant effect on purchasing decisions, while product quality and price had a positive and significant effect on purchasing decisions. Then through the F test it is known that the variables of Islamic service quality, product design, product quality, and price influence positively and significantly together on purchasing decisions. The Adjusted R Square figure of 0.726 indicates that 72.6% of purchasing decision variables can be explained by the four independent variables used in regression equations. The remaining 27.4% was explained by other variables beyond the variables used in the study.

Keywords: *Islamic Service Quality, Product Design, Product Quality, Price, Purchase Decision*