

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” ini disusun oleh Lailatul Khoirun Nikmah, NIM. 12405183066, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan pembimbing Bapak Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Keputusan penelitian merupakan fokus utama dari penelitian ini, karena persaingan dalam bisnis kosmetik semakin ketat seiring dengan banyaknya perusahaan kosmetik yang muncul di Indonesia. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan agar memperoleh konsumen salah satunya dengan cara meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sehingga sangat penting bagi perusahaan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian tersebut, diantaranya yaitu kualitas produk, citra merek, dan selebriti pendukung.

Penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yaitu (1) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Implora pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?, (2) Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Implora pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?, (3) Apakah selebriti pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Implora pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?, (4) Apakah kualitas produk, citra merek dan selebriti pendukung secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Implora pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan selebriti pendukung terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Implora pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari mahasiswi pengguna produk implora dan diolah sendiri oleh penulis.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 72 responden. Data didapat dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validasi, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t-test, uji F-test dan uji R^2 (uji koefisien determinasi).

Hasil dari uji t-test menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada uji F-test juga menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, citra merek, dan selebriti pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Selebitri Pendukung dan Keputusan Pembelian