

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Dickana Collection Desa Ngungghahan Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Fifi Ayu Rahmawati, NIM. 12402183158, pembimbing Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis ritel yang semakin ketat, terutama dari toko yang sejenis yang membuat toko semakin dituntut untuk melakukan tindakan lebih cepat dan tepat dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, sebuah toko yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati suatu perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan didirikannya toko adalah dengan memahami kebutuhan konsumen atau target pasarnya serta memberikan kepuasan yang diharapkan lebih efektif dibandingkan para pesaing. Berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah keragaman produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan Islami.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen, (3) mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen, (4) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian konsumen, dan (5) mengetahui pengaruh keragaman produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan Islami secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji keabsahan data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (3) lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, (4) kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan (5) keragaman produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan Islami secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Islami, dan Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Product Diversity, Price, Location, and Islamic Service Quality on Consumer Purchase Decisions in Dickana Collection Shop, Ngunggahan Village, Bandung District, Tulungagung Regency" was written by Fifi Ayu Rahmawati, NIM. 12402183158, adviser Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

This research is motivated by conditions of increasingly fierce retail business competition, especially from similar shop, which makes shop increasingly required to take action more quickly and precisely in attracting consumers' attention. Therefore, a shop that applies the marketing concept needs to look at a consumer's behavior and the factors that influence their purchasing decisions. One way to achieve the goal of establishing a shop is to understand the needs of consumers or their target market and provide the desired satisfaction more effectively than competitors. Related to consumer purchasing decisions, among others are product diversity, price, location, and Islamic service quality.

This study aims to (1) determine the effect of product diversity on consumer purchasing decisions, (2) determine the effect of price on consumer purchasing decisions, (3) determine the effect of location on consumer purchasing decisions, (4) determine the effect of Islamic service quality on consumer purchasing decisions, and (5) determine the effect of product diversity, price, location, and Islamic service quality simultaneously on consumer purchasing decisions.

The approach used in this research is a quantitative approach with associative research type. The sampling technique in this study is non-probability sampling with accidental sampling method and obtained a total sample of 100 respondents. Data collection techniques used are interviews, questionnaires, and documentation. This study uses primary and secondary data. The measurement scale in this study uses a Likert scale. The data analysis technique in this study used the validity of the data, the classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

The results of this study indicate that (1) product diversity has a significant positive effect on consumer purchasing decisions, (2) price has a significant positive effect on consumer purchasing decisions, (3) location has a significant positive effect on consumer purchasing decisions, (4) Islamic service quality has a positive effect. significant on consumer purchasing decisions, and (5) product diversity, price, location, and Islamic service quality simultaneously have a significant positive effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Diversity, Price, Location, Islamic Service Quality, and Consumer Purchasing Decisions