

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Hijab Elzatta di Tulungagung” ini ditulis oleh Emi Sri Novitasari, NIM 12405173142, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing Dr. Rokhmat Subagiyo, S. E., M.E.I.,

Penelitian ini dilatar belakangi dengan mayoritas penduduk Indonesia yang bergama Islam dan sebagian besar dari mereka telah sadar akan kewajiban untuk menutup aurat. Hal itu dijadikan peluang oleh dunia fashion untuk menciptakan produk-produk yang dapat digunakan untuk menutup aurat dengan *trand fashion* yang selalu berkembang tapi tetap memperhatikan peraturan-peraturan islam tentang berpakaian. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan sebuah kajian tentang bagaimana pengaruh dari harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian hijab elzatta di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan hijab elzatta di Tulungagung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linier berganda yang diolah dan menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,270 + 0,094(X1) + 0,099(X2) + 0,115(X3) + 0,632(X4)$$

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan hijab elzatta di Tulungagung, (2) kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan hijab elzatta di Tulungagung, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan hijab elzatta di Tulungagung (4) citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan hijab elzatta di Tulungagung (5) harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan hijab elzatta di Tulungagung.

Kata Kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Price, Product Quality, Service Quality, and Brand Image on the Purchasing Decisions of Hijan Elzatta Users in Tulungagung" was written by Emi Sri Novitasari, NIM 12405173142, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Business Management, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, with supervisors Dr. Rokhmat Subagiyo, S.E., M.E.I.,

This research is set against the backdrop of the majority of Indonesia's population who are Islamic and most of them are aware of the obligation to close the aurat. This is an opportunity by the fashion world to create products that can be used to cover the aurat with an ever-evolving fashion trend but still pay attention to Islamic regulations on dressing. The indicators used in this study are price, product quality, quality of service and brand image.

The purpose of this study was to find out and get a study on how the influence of price, product quality, service quality and brand image on the purchasing decision of elzatta hijab in Tulungagung.

This research uses a quantitative method with an associative type of research. The population in this study was customers of elzatta hijab in Tulungagung. The sampling technique uses a simple random sampling technique. This study uses validity tests, classical assumption tests, hypothesis tests and multiple linear regression tests that are processed and produce the following equations:

$$Y = 0,270 + 0,094(X1) + 0,099(X2) + 0,115(X3) + 0,632(X4)$$

The results of hypothesis testing using the t test show that (1) price has a significant positive effect on the purchasing decision of elzatta hijab customers in Tulungagung, (2) product quality has a significant positive effect on the purchasing decision of elzatta hijab customers in Tulungagung, (3) service quality has a significant positive effect on the purchasing decision of elzatta hijab customers in Tulungagung (4) brand image has a significant positive effect on customer purchasing decisions elzatta hijab in Tulungagung (5) price, product quality, waiter quality, brand image have a significant positive effect on the purchasing decisions of elzatta hijab customers in Tulungagung.

Keywords: price, product quality, quality of service, brand image, purchasing decision.