ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas, Harga. Dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Drop Pak Yusuf Kabupaten Trenggalek, yang ditulis oleh Muhammad Fatqurrohman, NIM 12405193254, Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing: Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Latar belakang penelitian ini adalah karena banyaknya produsen es drop yang ada di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek, terhitung ada lima produsen yang berjalan saat ini dan UD. Es Drop Pak Yusuf menjadi salah satu pemain didalamnya. Karena banyaknya pemain dengan produk sejenis yaitu es drop membuat tingkat persaingan menjadi tinggi. Maka dari itu, setiap produsen es drop harus berlomba-lomba untuk menciptakan strategi guna mampu bersaing. Selain itu perilaku konsumen juga menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan keputusan pembelian, sehingga akan tercipta kepuasan konsumen dan konsumen akan tetap percaya serta setia pada produk yang ditawarkan.

Penilitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui signifikansi pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf (2) harga terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf (3) cita rasa terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf (4) kualitas, harga, dan cita rasa produk terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penilitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden, yaitu masyarakat Kecamatan Panggul yang pernah melakakukan pembelian produk Es Drop Pak Yusuf. Teknik pengambilan data dengan menggunakan skala *likert* melalui penyebaran kuesioner, yang selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis yaitu uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi, dan uji regresi linier berganda.

Dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwa diketahui variabel kualitas produk, harga, dan cita rasa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf. Selanjutnya variabel (1) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf (2) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf (3) cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf. Selanjutnya dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien R *Square* 0,49, yang mana berarti variabel kualitas, harga, dan cita rasa produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 49%.

Kata kunci: *kualitas, harga, cita rasa produk, dan keputusan pembelian.*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Quality, Price. And Product Taste on Purchasing Decisions for Pak Yusuf Drop Ice in Trenggalek Regency, written by Muhammad Fatqurrohman, NIM 12405193254, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor: Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

The background of this research is because there are many drop ice producers in Panggul District, Trenggalek Regency, there are five producers currently running and UD. Pak Yusuf's Ice Drop is one of the players in it. Because there are many players with similar products, namely ice drop, the level of competition is high. Therefore, every drop ice producer must compete to create strategies to be able to compete. In addition, consumer behavior is also a top priority that must be considered to improve purchasing decisions, so that consumer satisfaction will be created and consumers will continue to trust and be loyal to the products offered.

This study aims to test and determine the significance of the influence of (1) product quality on purchasing decisions at UD. Pak Yusuf's Ice Drop (2) price on purchasing decisions at UD. Es Drop Pak Yusuf (3) taste on purchasing decisions at UD. Es Drop Pak Yusuf (4) product quality, price, and taste on purchasing decisions at UD. Pak Yusuf's Ice Drop.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. The sampling technique used was accidental sampling, with a sample size of 100 respondents, namely the people of Panggul District who have purchased Pak Yusuf's Ice Drop products. The data collection technique uses a Likert scale through distributing questionnaires, which are then analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing, namely the t test, f test, and coefficient of determination test, and multiple linear regression tests.

From this study, it is found that the variables of product quality, price, and taste together have a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Pak Yusuf's Ice Drop. Furthermore, the variable (1) product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Es Drop Pak Yusuf (2) price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Es Drop Pak Yusuf (3) taste partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at UD. Pak Yusuf's Drop Ice. Furthermore, the results of the coefficient of determination test show the R Square coefficient value of 0.49, which means that the variables of product quality, price, and taste are able to explain the purchasing decision variable by 49%.

Keywords: *quality, price, product flavor, and purchasing decisions.*