

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul ‘‘Pengaruh Citra merek (*Brand Image*), Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Toserba Agung Jaya di Desa Kunir Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar) ditulis oleh Amirul Putra Pratama, NIM.126405202102, Pembimbing Fitrianiatsany, S.Sos., M.A. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penelitian dilatarbelakangi dengan semakin banyak persaingan bisnis retail seperti minimarket. Strategi pemasaran yang efektif perlu dilakukan untuk bertahan dan meningkatkan daya minat beli konsumen. Maka perlu adanya analisis faktor untuk keberhasilan pemasaran dan tujuan perusahaan. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan indikator citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Dengan meningkatnya minat beli konsumen, perusahaan juga memperoleh keuntungan yang meningkat pula. Penelitian menggunakan metode kuantitatif teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 68 orang, teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling*. Hasil penelitian 1) Citra merek (*brand image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toserba Agung Jaya. 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toserba Agung Jaya. 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toserba Agung Jaya. 4) Citra merek (*brand image*), harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toserba Agung Jaya.

**Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Minat Beli Konsumen**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Effect of Brand Image, Price, and Product Quality on Consumer Purchase Interest (Study at Toserba Agung Jaya in Kunir Village, Wonodadi District, Blitar Regency)" written by Amirul Putra Pratama, NIM.126405202102, Supervisor Fitriyanatsany, S.Sos., M.A. Faculty of Economics and Islamic Business, Sharia Business Management Department, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. The research was motivated by the increasing competition in retail businesses such as minimarkets. Effective marketing strategies need to be carried out to survive and increase consumer buying power. So it is necessary to analyze the factors for marketing success and company goals. Therefore, this study uses indicators of brand image, price, and product quality on consumer buying interest. With increasing consumer buying interest, companies also get increased profits. The study used quantitative methods of data collection techniques using a questionnaire with a sample of 68 people, Nonprobability Sampling sampling technique. Research results 1) Brand image has a positive and significant effect on consumer buying interest in Toserba Agung Jaya. 2) Price has a positive and significant effect on consumer buying interest in Tosba Agung Jaya. 3) Product quality has a positive and significant effect on consumer buying interest in Toserba Agung Jaya. 4) Brand image, price, and product quality have a positive and significant effect on consumer buying interest in Agung Jaya department stores.*

**Keywords:** *Brand Image, Price, Product Quality, and Consumer Purchase Intention*