

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Di Deliwafa Store Kota Kediri” yang ditulis oleh Arra Nur Hanifah NIM. 126405203261. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan Dosen Pembimbing: Mega Tunjung Hapsari M.AP.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan era digital yang semakin pesat, dimana strategi pemasaran seperti iklan memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen. Selain itu, kualitas produk yang unggul dan harga yang bersaing juga menjadi faktor penting yang memengaruhi minat pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk menguji pengaruh iklan, kualitas produk dan harga terhadap minat pembelian. 2) untuk menguji pengaruh iklan terhadap minat pembelian. 3) untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian. 4) untuk menguji pengaruh harga terhadap minat pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yaitu konsumen deliwafa store kota kediri. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan. Data kuesinoner dianalisis menggunakan SPSS 25 dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) variabel iklan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian. 2) iklan berpengaruh positif dan signififikasi terhadap minat pembelian. 3) kualitas produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. 4)
harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian.

Kata kunci : iklan, kualitas produk, harga dan minat pembelian.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Advertising, Product Quality and Price on Purchase Interest at the Deliwafa Store, Kediri City" written by Arra Nur Hanifah NIM. 126405203261. Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Business and Management, Sharia Business Management Study Program, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, with Supervisor: Mega Tunjung Hapsari M.AP.

This research is motivated by the increasingly rapid development of the digital era, where marketing strategies such as advertising have an important role in attracting consumer interest. Apart from that, superior product quality and competitive prices are also important factors that influence purchasing interest. The purpose of this research is 1) to examine the influence of advertising, product quality and price on purchase intention. 2) to test the effect of advertising on purchasing interest. 3) to test the effect of product quality on purchasing interest. 4) to test the effect of price on purchase intention.

This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The research sampling technique uses nonprobability sampling with an accidental sampling approach. The number of samples used was 96 respondents, namely consumers of the Deliwafa store in Kediri City. The type of data used is primary data obtained from questionnaires distributed to customers. Questionnaire data were analyzed using SPSS 25 using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The research results show that 1) advertising variables, product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing interest. 2) advertising has a positive and significant effect on purchasing interest. 3) product quality has a positive and

significant effect on purchasing interest. 4) price has a positive and significant effect on purchasing interest.

Keywords: advertising, product quality, price and purchase interest.