

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso di Kabupaten Tulungagung" ini ditulis oleh Fitrotun Nur Azizah, NIM 126405212093, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing. Fitrianiatsany, S.Sos., M.A.

Kata Kunci: *Brand Image*, Harga, kualitas produk, keputusan pembelian

Penulisan skripsi ini dilatar belakangi oleh banyaknya toko ritel disekitar daerah kabupaten Tulungagung. Karena persaingan yang semakin ketat di sektor ritel membuat Miniso Tulungagung harus mampu mengelola usahanya dengan lebih baik dan bersaing untuk menarik lebih banyak konsumen.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung? (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung? (3) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung? (4) Bagaimana pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Miniso di Kabupaten Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan skala yang digunakan skala likert. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan teknik pengambilan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner. Penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Citra merek yang kuat tidak hanya memberikan kesan positif tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen, bahkan mendorong pembelian ulang. (2) semakin sesuai atau kompetitif harga yang ditawarkan, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian produk. (3) kualitas produk yang baik dapat menciptakan rasa puas dan mendorong loyalitas konsumen, serta meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. (4) Secara simultan, brand image yang kuat, harga yang terjangkau, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions of Miniso Products in Tulungagung Regency Author: Fitrotun Nur Azizah Student ID: 126405212093 Study Program: Sharia Business Management Department: Business and Management Faculty: Faculty of Islamic Economics and Business University: State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Advisor: Fitrianiatsany, S.Sos., M.A.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision

This thesis is motivated by the increasing number of retail stores in Tulungagung Regency. Due to the intensifying competition in the retail sector, Miniso Tulungagung must manage its business more effectively and competitively to attract more consumers.

The research problems in this study are: (1) How does brand image influence the purchase decision of Miniso products in Tulungagung Regency? (2) How does price influence the purchase decision of Miniso products in Tulungagung Regency? (3) How does product quality influence the purchase decision of Miniso products in Tulungagung Regency? (4) How do brand image, price, and product quality simultaneously influence the purchase decision of Miniso products in Tulungagung Regency?

This study uses a quantitative associative approach. The sampling technique applied is non-probability sampling, and the Likert scale is used for measurement. The data source is primary data. The sample consists of 96 respondents, and data collection was conducted through questionnaire distribution. The analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F-test, T-test, and coefficient of determination test.

The results of this study are as follows: (1) A strong brand image not only creates a positive impression but also influences consumer purchase decisions, even encouraging repeat purchases. (2) The more appropriate or competitive the price offered, the greater the consumer's tendency to make a purchase. (3) Good product quality can lead to customer satisfaction and loyalty, increasing the likelihood of repeat purchases. (4) Simultaneously, a strong brand image, affordable price, and good product quality have a significant effect on purchase decisions. Would you like this in a more academic or concise format to meet typical abstract length standards?