

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAGIC COM MIYAKO PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN IMAM BONJOL PADANG**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Sebagai Salah Satu
Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Prodi Ekonomi Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh :

ERMA JULITA
1413060447

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1439 H / 2018 M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Magic com Miyako Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang” oleh Erma Julita NIM. 1413060447 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke ujian munaqasyah.

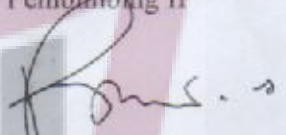
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padang, 08 Agustus 2018

Pembimbing I


Huriyatul Akmal, M.Si
NIP: 198308172009121005

Pembimbing II


Roni Andespa, SE., MM
NIP: 198311112015031001

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh **Erma Julita**, NIM **1413060447**, dengan judul skripsi **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Magic Com Miyako Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang”**. Prodi Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh citra merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan kuesioner dan studi kepustakaan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dan signifikan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai T hitung $3.472 >$ dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0,001 <$ dari α . Selanjutnya kualitas produk berpengaruh (X_2) positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung $2.817 >$ dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0,006 <$ α $0,05$. Sementara citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian magic com Miyako pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil analisis nilai F hitung sebesar 17.796 dengan nilai signifikan sebesar $0,00 <$ α $0,05$. Uji determinasi (R^2) sebesar $0,281$. Hal ini berarti $28,1\%$ pengambilan keputusan dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk, sedangkan $71,9\%$ lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian