

**Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Deliwafa Store Gresik Ditinjau Menurut
Perspektif Islam**

Nama Mahasiswa : Muhammad Syadam Wiro Aji
NIM : 1031910016
Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRAK

Penelitian ini meliputi promosi, kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Keempat variable pembahasan ini memiliki peran penting terhadap keberlangsungan keputusan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadikan keputusan dalam pembelian konsumen. Dalam penelitian ini variable yang digunakan oleh peneliti yakni promosi (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan kualitas pelayanan (X4). Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif yang di mana data diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan analisis PLS (Partial Least Square), dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan hasil Analisa secara detail melalui penyebaran kuisisioner sebanyak 109 responden yang dimana kriteria pengisian kuisisioner meliputi konsumen yang berbelanja di Deliwafa Store cabang Gresik. Untuk melihat hubungan dan model serta menentukan variable yang berdominan menggunakan pengolahan data software menggunakan SmartPLS versi 4. Dari hasil analisis tersebut menunjukkan variable Promosi (X1) dan Harga (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Deliwafa Cabang Gresik. Secara uji hipotesis menghasilkan nilai variabel Promosi (X1) menghasilkan sebesar 0,023 dan Harga (X3) menghasilkan sebesar 0,014. Oleh karenanya dari keempat variabel Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4) yang mengikat terdapat variabel yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Deliwafa Store cabang Gresik yaitu variabel harga (X3).

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

The Influence of Promotion, Product Quality, Price, and Service Quality on Purchasing Decisions of Gresik's Deliwafa Store Viewed According to an Islamic Perspective

Student Name : Muhammad Syadam Wiro Aji
Student Identity Number : 1031910016
Supervisor : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRACT

This research includes promotion, product quality, price and service quality. The four variables of this discussion have an important role in the continuity of customer decisions. This study aims to determine what factors make decisions in consumer purchases. In this study the variables used by researchers were promotion (X1), product quality (X2), price (X3), and service quality (X4). The research method uses quantitative research methods in which data is obtained and then processed using PLS (Partial Least Square) analysis. Gresik branch store. To see the relationship and model and determine the dominant variable using software data processing using SmartPLS version 4. The results of this analysis show that the Promotion (X1) and Price (X3) variables have a significant influence on Purchase Decision (Y) Deliwafa Gresik Branch. By testing the hypothesis, the value of the Promotion variable (X1) is 0.023 and Price (X3) is 0.014. Therefore of the four variables Promotion (X1), Product Quality (X2), Price (X3) and Service Quality (X4) that bind, there is 1 variable that is the most dominant on Purchase Decision (Y) Deliwafa Store Gresik branch, namely price variable (X3) .

Keywords: Promotion, Product Quality, Price, Service Quality