

ABSTRAK

Nurul Awalu Diyah Puji Rahayu, 1420210003, Pengaruh Pemasaran Syariah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian. Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah IAIN Kudus, 2018.

Penulis mengambil judul penelitian tentang pemasaran syariah, kualitas produk dan keputusan konsumen melakukan pembelian karena berangkat dari adanya beberapa masalah yang ditemui saat berada di lapangan yaitu toko Al-Haqqi. Masalah yang ditemukan seperti hasil penjualan yang masih fluktuatif dan belum bisa naik secara maksimal. Hal ini diindikasikan karena sistem pemasaran dari segi pelayanannya masih menggunakan cara yang manual. Selain itu diindikasikan pula dari produk yang ditawarkan kurang menonjolkan kualitas sehingga hal inilah yang menjadikan produknya kurang mendapatkan perhatian dari konsumen yang akhirnya mempengaruhi hasil penjualan.

Dari permasalahan tersebut maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran syariah dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian. Mengetahui pengaruh secara parsial pemasaran syariah terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian. Mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Toko Busana Al-Haqqi Kliwon Kudus. Populasi yang digunakan sebanyak 120 orang dan sampel sebanyak 92 orang dengan teknik sampling metode *insidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran syariah, kualitas produk dan keputusan konsumen melakukan pembelian berpengaruh secara simultan dengan hasil uji F sebesar 16,279 dengan F_{tabel} 3,10 ($16,279 > 3,10$). Pemasaran syariah dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian dengan hasil uji T variabel X_1 didapat nilai T_{hitung} sebesar 4,498 dengan sig 000 dan hasil uji T variabel X_2 didapat nilai T_{hitung} sebesar 3,651 dan T_{tabel} 1,987 dengan sig 0,000 ($4,498 > 1,987$, $0,000 < 0,05$ dan $3,651 > 1,987$, $0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : Pemasaran Syariah, Kualitas Produk, Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian