

## ABSTRAK

**MUHAMMAD HAFIZ ALIM, 2022, PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERMATA AQIQAH DI KOTA TANGERANG , Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi**

Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut 1) Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah 3) Apakah terdapat pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Permata Aqiqah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskripsi data dan pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi, analisis regresi, uji t dan uji f.

Hasil penelitian: 1) Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi 0,630 dengan atau sig. 0,000, persamaan regresi  $Y = 19,578 + 0,779 X_1$ , nilai koefisien determinasi sebesar 39,7% dan nilai uji t sebesar 8,037; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi 0,869 dengan atau sig 0,000, persamaan regresi  $Y = 5,510 + 0,859 X_2$ , nilai koefisien determinasi 75,6% dan nilai uji t sebesar 17,423; 3) Citra Merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi 0,757 dengan atau sig 0,000, persamaan regresi  $Y = 6,056 + 0,061X_1 + 0,895X_2$ , nilai koefisien determinasi sebesar 75,7% dan uji F 151,101.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRAK

**MUHAMMAD HAFIZ ALIM, 2022, THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON AQIQAH GEMS IN TANGERANG CITY, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University**

Before making a purchase, someone will usually make a purchase decision in advance of a product. The purchase decision is the stage where the buyer has made his choice and makes a purchase of the product, and consumes it.

Based on the background of the problem above, the formulation of the problem is as follows 1) Is there an influence of brand image on consumer purchasing decisions of Permata Aqiqah 2) Is there an influence of service quality on consumer purchasing decisions of Permata Aqiqah 3) Is there an influence of brand image and service quality on decisions Permata Aqiqah consumer purchases.

The method used in this study is a correlational method with a quantitative approach. The data source used is primary data. Data collection techniques in the form of distributing questionnaires. The data analysis technique used is data description and hypothesis testing using correlation test, regression analysis, t test and f test.

The results of the study: 1) Brand Image has an effect on purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.630 with or sig. 0.000, the regression equation  $Y = 19.578 + 0.779 X^{-1}$ , the coefficient of determination is 39.7% and the t-test value is 8.037; 2) Service quality has an effect on purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.869 with or sig 0.000, the regression equation  $Y = 5.510 + 0.859 X^{-2}$ , the coefficient of determination is 75.6% and the t-test value is 17.423; 3) Brand image and service quality affect purchasing decisions with a correlation coefficient of 0.757 with or sig 0.000, the regression equation  $Y = 6.056 + 0.061X_1 + 0.895X_2$ , the coefficient of determination is 75.7% and the F test is 151.101.

**Keywords:** Brand Image, Service Quality, and Purchase Decision