

## ABSTRAK

### **Nurul Apriliani : Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Rabbani Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Syaria'ah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung**

Di era modern seperti saat ini, kebutuhan akan produk sangatlah beragam, salah satunya kebutuhan pakaian. Saat ini pakaian sangat mudah sekali di dapatkan, namun sebagai konsumen kita harus lebih selektif memilih pakaian mana yang baik dan cocok untuk tubuh kita. Penelitian ini di lakukan kepada Mahasiswa Fakultas Syaria'ah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dimana sebagian besar mahasiswa tidak akan pernah terlepas dari produk pakaian.

Penelitian ini bertujuan:

- a) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli produk Rabbani;
- b) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani;
- c) Untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yakni untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel harga dan produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 44 responden, teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan angket/kuesioner menggunakan google form dan hasil jawaban dari responden tersebut lalu di hitung menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian yang di peroleh menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli memperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,390 dan  $t_{tabel}$  2,01954 yaitu  $t_{hitung}$  5,841 >  $t_{tabel}$  2,01954. Besarnya pengaruh harga terhadap keputusan membeli sebesar 40,9% sedangkan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain. (2) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli memperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,971 dan  $t_{tabel}$  2,01954 yaitu  $t_{hitung}$  5,971 >  $t_{tabel}$  2,01954. Besarnya pengaruh produk terhadap keputusan membeli sebesar 45,9% sedangkan sisanya 54,1% dipengaruhi oleh variabel lain. (3) Harga dan Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 23,340 yakni lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,22. Besarnya pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli 51,0%, sedangkan sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh variabel lain.