

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FASHION* MUSLIM (STUDI KASUS
PRODUK UMAMA SCARF DI KOTA BOGOR)**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

SITI SARAH
NIM: 61404021000285



**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FASHION* MUSLIM(STUDI KASUS
PRODUK UMAMA SCARF DI KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : Siti Sarah
NIM : 61404021000285
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 14 Agustus 2024

Dosen Pembimbing Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Nuryani Susan, S.PD., SH.,MH.

Dian Rusmana, S.E., M.M.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FASHION* MUSLIM (STUDI KASUS
PRODUK UMAMA SCARF DI KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : SITI SARAH
NIM : 61404021000285
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Agustus 2024
Waktu : 10.00 – 11.00

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, S.H., M.M. ()
Anggota : Mega Indah Edityawati, S.E., M.M. ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE, M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Sarah
NIM : 61404021000285
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Nomer KTP : 3271015612010004
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 16 - Desember - 2001
Alamat : Jl. Rancamaya RT/RW 001/007 Kel. Rancamaya
Kec. Bogor Selatan Kota Bogor Prov Jawa Barat.

Dengan Pernyataan ini Bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim (Studi Kasus Produk Umama Scarf Di Kota Bogor) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksekutif Kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih informasikan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan tugas akhir ini melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan atau tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar ke sarjana saya apabila di kemudian hari di ketahui bahwa pernyataan saya ini tidak benar.

Depok, 14 Agustus 2024

SITI SARAH

ABSTRAK

SITI SARAH. NIM 61404021000285. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim (Studi Kasus Produk Umama Scarf Di Kota Bogor).

Indonesia adalah negara yang di noatkan sebagai penduduk yang paling banyak memeluk agama islam setelah Negara Pakistan yaitu sebesar 236 juta jiwa yang memilih untuk memeluk agama islam. Maka dari itu tidak heran jika di setiap sudah kota juga daerahnya terdapat berbagai bangunan mesjid. Selain negara yang di noatkan sebagai penduduk muslim kedua dunia, masyarakat pun memanfaatkan sebagai ladang usaha di dunia *fashion* muslim dimana mereka sangat memperhatikan pakaian yang di kenakan. *Brand fashion* di Indonesia sangat beragam terutama di Kota Bogor, cukup banyak hingga kami bisa menemukan berbagai perlengkapan yang di butuhkan para muslim dari A – Z.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim (Studi Kasus Produk Umama Scarf di Kota Bogor). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisa data yang digunakan adalah analisa regresi linier sederhana. Pemilihan sampel yang di lakukan dengan cara *lemeshow*.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 60,9% menunjukkan kualitas produk sedangkan sisanya 39,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variable kualitas produk menunjukkan hasil analisa t hitung (12.153) dimana t tabel (1.984) maka variable tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Umama Scarf di Kota Bogor.

Kata kunci: Kualitas produk dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

SITI SARAH. Student ID 61404021000285. *The Influence of Product Quality on Muslim Fashion Purchase Decisions (Case Study of Umama Scarf Products in Bogor City).*

Indonesia is recognized as the country with the second largest Muslim population in the world after Pakistan, with approximately 236 million people adhering to Islam. Consequently, it is not surprising to find numerous mosques in every city and region. Besides being the world's second-largest Muslim population, Indonesians also engage significantly in the Muslim fashion industry, paying careful attention to attire. The fashion brands in Indonesia are diverse, especially in Bogor City, where a wide range of Muslim apparel, from essentials to accessories, can be found.

The purpose of this study is to investigate and analyze the influence of product quality on Muslim fashion purchase decisions (case study of Umama Scarf products in Bogor City). This research employs a quantitative approach with data collected through questionnaires. Data analysis utilizes simple linear regression. Sample selection was performed using the lemeshow method.

The regression analysis results indicate that 60.9% of the variance in purchase decisions is explained by product quality, while the remaining 39.1% is attributed to other factors not examined in this study. The t-test results show that the product quality variable has a significant positive impact on consumer purchase decisions for Umama Scarf in Bogor City, with a calculated t-value of 12.153, surpassing the critical t-value of 1.984.

Keywords: *Product quality, purchase decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti. Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim (Studi Kasus Produk Umama Scarf di Kota Bogor)” ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan, waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat berharap untuk mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bimbingan serta dorongan moral maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Mildi Rifa’I S.E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Abdul Hamid M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Dian Rusmana, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta kritik yang membangun dalam menyusun Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya jurusan Manajemen Pemasaran yang telah menyampaikan banyak ilmu kepada penulis.
5. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah kebersamai penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
6. Ayahanda Jamaludin serta Ibunda Ojah tercinta yang telah memberikan doa dan

dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.

7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 14 Agustus 2024
Penulis,

SITI SARAH
NIM: 61404021000285

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Produk	11
2.1.3 Kualitas Produk	14
2.1.4 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian	15
2.1.6 Tahapan Keputusan Pembelian	15
2.1.7 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	17
2.1.8 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2. Jenis dan Metode Penelitian.....	24
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1. Variabel Bebas	29
3.5.2. Variabel Terikat.....	30
3.6. Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	32

3.6.2. Persamaan Regresi	34
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	34
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.5. Uji Hipotesis	38
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.2 Karakteristik Responden	43
4.1.3 Tanggapan Responden	45
1. Kualitas Prodak (X)	46
2. Keputusan Pembelian (Y)	50
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	52
1. Uji Validitas.....	53
2. Uji Reliabilitas.....	54
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Heteroskedastisitas	57
3. Hasil Uji Hipotesis.....	58
1. Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	58
2. Koefisien Determinasi	59
3. Hasil Uji t (Parsial).....	59
4.2 Pembahasan	60
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Brand <i>Fashion</i> Muslim.....	2
Tabel 2.1. Cara Produk Dipasarkan	13
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	33
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Sederhana	58
Tabel 4.8. Keofisien Determinasi.....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji t (Uji Parsial)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Keluhan Konsumen Umama Scarf	4
Gambar 2.1 Model Lima Tahapan Proses Membeli	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 4.1 Gambar Produk Umama Scarf.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Umama Scarf.....	41
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Hitogram)	56
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)	56
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	67
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	71
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	72
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	78
Lampiran 6. Hasil Plagiarisme Penelitian.....	79
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	80
Lampiran 8. Tabel R	81
Lampiran 9. Tabel T.....	82

