

ABSTRAK

Nama : Abdul Munji, NIM 121401000, Judul Skripsi: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Minuman Kopi (Studi Taman Kopi).

Kualitas Produk, Harga dan Layanan merupakan hal yang selalu menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan minat beli terhadap suatu produk. Minat beli sendiri diartikan sebagai keputusan untuk mengkonsumsi atau membeli sesuatu yang berdasarkan beberapa pertimbangan sebelumnya.

Masalah yang dirumuskan peneliti adalah, 1. Apakah kualitas produk, harga, dan layanan secara parsial dapat mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi? 2. Bagaimana perspektif Ekonomi Islam mengenai kualitas produk, harga dan layanan terhadap minat pembelian minuman kopi?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1. Adakah pengaruh dari kualitas produk, harga, dan layanan secara parsial dapat mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi. 2. Adakah teori Ekonomi Islam mengenai kualitas produk, harga dan layanan terhadap minat pembelian minuman kopi.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan metode inferensial dengan menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya: Kuesioner, Analisis data yang peneliti gunakan yaitu uji hipotesis, uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh t hitung X1 sebesar 2,895, t hitung X2 sebesar 1,859, t hitung X3 sebesar 1,198. Dengan menggunakan derajat kebebasan (df) $N-2$ atau $60-2 = 58$. Dengan tingkat signifikansi 0,05%., diperoleh t tabel 1,67155. Dengan demikian untuk variabel kualitas produk (X1) t hitung lebih besar dari t tabel ($2,895 > 1,671$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli. Untuk variabel Harga (X2) t hitung lebih besar dari t tabel ($1,859 > 1,671$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap minat beli. Sedangkan untuk variabel Layanan (X3) t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,198 < 1,671$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima yang menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Menurut teori Ekonomi Islam, selama produk itu diperoleh dari hal dan cara yang halal maka produk tersebut baik untuk dijualbelikan, dan dalam hal pelayanan, islam senantiasa menganjurkan untuk mengutamakan aqad yang baik dan sesuai syariat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Layanan, dan Minat Beli