

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
PEMEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttonscarves di Malang Raya)

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

**Westin Dwi Prasasya Wijayanti**

**201910160311147**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

# SKRIPSI

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI (Studi pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttonscraves di Malang Raya)

Oleh :

Westin Dwi Prasasya Wijayanti  
201910160311147

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Khusnul Rofida Novianti, S.Pd., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI (Studi pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttonscraves di Malang Raya)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Westin Dwi Prasasya Wijayanti  
NIM : 201910160311147  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.  
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.  
Penguji III : Khusnul Rofida Novianti, S.Pd., M.M.  
Penguji IV : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK**  
**SEBAGAI PEMEDIASI**  
**(Studi pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttonscraves di Malang Raya)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Westin Dwi Prasasya Wijayanti  
NIM : 201910160311147  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.  
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.  
Penguji III : Khusnul Rofida Novianti, S.Pd., M.M.  
Penguji IV : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Westin Dwi Prasasya Wijayanti  
Nim : 201910160311147  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [Westinprasasya123@gmail.com](mailto:Westinprasasya123@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan-bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 September 2023

Yar.

taan

  
Westin Dwi Prasasya Wijayanti



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON  
PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATOR**  
*(Study on consumers of women wearing the hijab Buttons craves in Malang Raya)*

**Westin Dwi Prasasya Wijayanti<sup>1</sup>, Ratih Juliati<sup>2</sup>, Khusnul Rofida Novianti<sup>3</sup>**

*Management Departement Faculty of Economics and Business*

*University of Muhammadiyah Malang*

*Tlogomas street No. 246 Malang*

*Email: Westinprasasya123@gmail.com*

**ABSTRACT**

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, brand image and purchasing decisions, the effect of product quality on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions, the influence of brand image on purchasing decisions, the influence of product quality on brand image, the effect of price on image brand, the influence of brand image mediates product quality and price on purchasing decisions. This research is a type of quantitative research. This research was conducted in Malang Raya with 160 respondents. This research uses probability sampling technique with *Systematic Random Sampling*. Data collection techniques using a questionnaire. The analysis tool uses SPSS 25. The results of this study found that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on brand image, Price has a positive and significant effect on brand image, brand image mediates product quality on purchasing decisions and brand image mediates price on purchasing decisions.

**Keywords:** *product quality, price, brand image, purchase desicion*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
PEMEDIASI  
(Studi Pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttons craves di Malang Raya)**

***Westin Dwi Prasasya Wijayanti<sup>1</sup>, Ratih Juliati<sup>2</sup>, Khusnul Rofida Novianti<sup>3</sup>***

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

Email: [westinprasasya123@gmail.com](mailto:westinprasasya123@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap citra merek, pengaruh harga terhadap citra merek, pengaruh citra merek memediasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Malang Raya dengan jumlah responden 160 orang. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan *Systematic Random Sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner. Alat analisis menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan citra merek memediasi harga terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas produk, harga, citra merek, keputusan pembelian.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a sholat semoga senantiasa melimpah keharibaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholat menetes segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang telah tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.
4. Dr. Ratih Juliati, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah sabar dalam mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.
5. Khusnul Rofidah Novianti, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan wawasan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Mama Sumiati dan Ayah Anitis atas segala doa yang membuat saya dilindungi dan dipertemukan dengan hal-hal baik selama merantau di Malang.
8. Kepada Saudara saya Willis Yolanda, Albarra Shihab, Robi Wijaya dan Benjamin yang selalu ada mendampingi saya dalam suka maupun duka serta menjadi 112 dalam hal apapun di dalam hidup penulis.
9. Kepada Sahabat saya Stefani, Tasya, Ulan, Yanes, Relly, Mutiara, Ananda, Luci, Lisa dan Reni yang selalu memberikan bantuan, dukungan, rela mendengarkan keluh kesah, dan tanpa lelah memberikan motivasi agar penyusunan skripsi cepat terselesaikan.
10. Ungkapan terima kasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan saya Manajemen Kelas C angkatan 2019 yang telah berjuang bersama saya dari awal hingga sampai selesainya semester akhir.
11. Tidak lupa saya berterima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang, berusaha dan tidak pantang menyerah dalam menghadapi cobaan disaat mengerjakan skripsi dan selalu berpedoman bahwa “*Storms never last forever*”.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan dipersembahkan karya tulisan ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Malang, 3 Agustus 2023



Westin Dwi Prasasya Wijayanti



## DAFTAR ISI

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                | <b>i</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                                  | <b>iv</b> |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                           | <b>iv</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                          | <b>v</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                            | <b>v</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                     | <b>vi</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                        | <b>ix</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                 | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah .....                                | 1         |
| B. Perumusan Masalah.....                                      | 6         |
| C. Tujuan Penelitian .....                                     | 7         |
| D. Manfaat Penelitian .....                                    | 7         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                           | <b>10</b> |
| A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                         | 10        |
| B. Perilaku Konsumen .....                                     | 10        |
| C. Keputusan Pembelian .....                                   | 14        |
| D. Kualitas Produk.....                                        | 17        |
| E. Harga .....                                                 | 19        |
| F. Citra Merek .....                                           | 23        |
| G. Kerangka Pikir dan Hipotesis .....                          | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                         | <b>29</b> |
| A. Jenis Penelitian .....                                      | 29        |
| B. Lokasi Penelitian .....                                     | 29        |
| C. Populasi dan Sampel .....                                   | 29        |
| D. Teknik Sampling .....                                       | 30        |
| E. Sumber Data .....                                           | 31        |
| F. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian ..... | 31        |
| G. Teknik Pengumpulan Data .....                               | 33        |
| H. Alat Pengukuran Data .....                                  | 34        |
| I. Uji Instrumen .....                                         | 34        |

|                                                |            |
|------------------------------------------------|------------|
| J. Uji Asumsi Klasik .....                     | 36         |
| K. Rentang Skala .....                         | 38         |
| L. Teknik Analisis Data .....                  | 39         |
| M. Uji Hipotesis .....                         | 39         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>       | <b>41</b>  |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....        | 41         |
| B. Hasil Analisis Data.....                    | 45         |
| C. Hasil Uji Instrumen .....                   | 50         |
| D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                | 52         |
| E. Hasil Analisis Jalur .....                  | 55         |
| F. Uji Mediasi (Sobel Test) .....              | 61         |
| G. Pembahasan Hasil Penelitian .....           | 62         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                     | <b>81</b>  |
| A. Kesimpulan .....                            | 81         |
| B. Keterbatasan Penelitian .....               | 82         |
| C. Saran .....                                 | 82         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                     | <b>109</b> |
| Lampiran 1. Hasil Pra- Riset .....             | 115        |
| Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....       | 120        |
| Lampiran 3. Jawaban Responden.....             | 123        |
| Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen .....          | 130        |
| Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....       | 132        |
| Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Jalur .....     | 133        |
| Lampiran 7. Hasil Uji T .....                  | 136        |
| Lampiran 8. Tinjauan Penelitian Terdahulu..... | 137        |
| Lampiran 9. Bukti Instagram.....               | 156        |

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, L. (2023). Pengaruh Brand Image dan Product Design terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ayu Di Kota Banjarmasin. *Journal of Sharia Economics (MJSE)*, 3(1), 33–45.
- Alam, R. P., Alimuddin, I., & Malik, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Pada Outlet Zoya Cabang Perintis Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 4(2), 376–393. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Anaka, M. Z. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Aerostreet Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. In *Eprints.UMM*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Anggraini, N. (2018). Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng. *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgri Kediri*, 1–108.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Arifin, W., Marsudi, M., & Wijaya, R. (2022). The Effect of Product Quality on Purchase Decision Mediated by Brand Image in Zara Women's Bag Consumers. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(04), 367–378. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i04.23808>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT.Raja Grafindo.
- Damanik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. E. S. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pakaian (Studi Kasus Pada Shopee). *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 5(3), 106–111.
- Dewi, I. K., & Solihin, D. (2020). Pengaruh Current Ratio Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Feasible*.
- Dewi, N. K. (2017). Pengaruh Dimesi Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Di Malang. In *Eprints.UMM*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Diana. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pemebelian Hijab Rabbani*

(Vol. 2, Issue 1).

- Eriska, A. D. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Merek Kiyoribylins Di Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Erniwati, & Adnin, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko D'Truuf Cimparuh Kota Pariaman. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1–23.
- Fauzi, R. A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi (Berbasis Akuntansi)*. Deepublish.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Fitriana, D. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek Sebagai Peran Mediasi (Studi Pada Pembeli Butik Q-Blat Purwodadi)*.
- Garvin, D. A., & Lovelock. (2010). *Strategi Marketing*. Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>
- Hartimbul Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV. Yrama Widya.
- Immawati, S. A., Budi, A., & Tati, E. L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Yang Diproduksi Pt. Hijab Alila. *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 117–136.
- Islamiyah, Z. (2019). Pengaruh Promosi Online dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dhy Hijab Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation ...*, 1(2), 205–211. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/32>
- Jumhodikromin, S. W., Hartelina, H., & Hawignyo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2116–2124. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.794>
- Kotler, & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid I (13th ed.)*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 2). PT Indeks.
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Low, G. ., & Lamb, C. W. (2000). The Measurement And Dimensionality of Brand Association. *Journal of Product and Brand Management*, 9(6), 350–368.
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i1.3318>
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 163–175. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.535>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia. *Jurnal Martua*, VOL. 3 NO.(1), 17. <https://ejurnal-unespadaang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol.*, 3(3).
- Putra, B. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Merek Eiger (Studi Pada Konsumen Eiger Pada Masa Pandemi Covid 19)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rachmawati, A., Agus Kana, A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN*, 1(2), 187–200. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>
- Rapani, A., Sutardi, & Untari, D. T. (2023). The Influence of Price Toward Consumer Purchase Decisions at YXX Retail Stores at Bekasi. *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology*, 03(02), 62–64.
- Rosnani. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

- Hijab Zoya (Studi Pada Store Zoya, Mall Pekanbaru). -=*Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1–14.
- Sandra, B. D., Rachman, M. M., & Suharyanto. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 82–86.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Saputro, D. P. T. (2019). *Analisis Keputusan Pembelian Dalam Hubungannya Dengan Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Sepatu Sandal Merek Eiger Konsumen Di Kota Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Setyaningsih, D. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Munggang Bawah Di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>
- Stiawan, I. G. B. H., & Jatra, I. M. (2022). The Role of Brand Image Mediate the Influence of Price Fairness on Purchase Decisions for Local Fashion Brand Products. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 114–117. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1244>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA.
- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.25077/amar.2.2.1-10.2018>
- Supangat, F. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mebel Rukun Jaya Di Mangunrejo Ngadiluwih Kediri*. 1–20.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan

- pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2021). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Performa*, 5(3), 176–184. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1756>
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran*. Deepublish.
- Syafira, I. (2022). *Jadi Favorit Selebriti, Ini Brand Hijab Ternama Asal Indonesia yang Wajib Menjadi Koleksi*. Beautynesia. <https://www.beautynesia.id/fashion/jadi-favorit-selebriti-ini-brand-hijab-ternama-asal-indonesia-yang-wajib-menjadi-koleksi/b-253778>
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Triputranto, B., & Diharjo, A. N. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kerudung Di Rabbani Cabang Kopo Bandung. *Pro Mark: Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–9. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1153>
- Uci, T. (2022). *5 Alasan Hijab Buttonscarves Tetap Laris meski Harganya Mahal*. Terminal Mojok. <https://mojok.co/terminal/5-alasan-hijab-buttonscarves-tetap-laris-meski-harganya-mahal/>
- Ula, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. In *Eprints.UMM*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlineshop Zalora Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 779. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p19>
- Widjayanti, L., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–17.
- Yusna, H. A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Masterpiece Blitar. *HUMANTECH: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(2), 514–521. <https://katadata.co.id/berita/2020/01/06/baru-83-peserta-bpjs-kesehatan-per-akhir-2019->

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI (Studi Pada Konsumen Wanita Berhijab Merek Buttonsscarves di Malang Raya)

## ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

Student Paper

3%

Exclude quotes

OnExclude bibliography On

