

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Makanan Kedai Bunda dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA MAB)).**

Vera Mufidah<sup>1</sup>, Iman Setya Budi<sup>2</sup>, Agus Purnomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

19510067

<sup>2</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

1127048201

<sup>3</sup>Ekonomi Syari'ah, 60202, Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

1124088504

**E-mail : [VeraMufidah22@gmail.com](mailto:VeraMufidah22@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*Brand image influences consumer decisions to choose products that suit their needs and desires. Consumer desire or consumer purchase intent arises when consumers evaluate a product, and consumers seek information to minimize risk before buying a product. In addition, with the advantages of a product over other competitors (product differentiation), Kedai Bunda can maintain the quality of food it already has. The formulation of the problem is as follows: Does Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Product Differentiation simultaneously affect the Consumer Decision to buy Kedai Bunda food products. This study aims to determine Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Product Differentiation simultaneously affect Consumer Decisions to buy Kedai Bunda food products. This study uses the Quantitative method with a Descriptive Approach. The population in the study was 78 students with the number of samples to be taken in this study was 44 respondents. The results of this study show that the variables of Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Product differentiation in the purchase decision of Kedai Bunda food products have a Fcalculate value greater than Ftablel ( $18.104 > 2.61$ ) and a significant value less than alpha ( $0.000 < 0.05$ ). So the hypothesis shows that there is a real (significant) relationship between Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Product Differentiation with the purchase of food products at Kedai Bunda.*

**Keywords:** Brand Image, Product Differentiation, Consumer Satisfaction, Product Quality

## ABSTRAK

Citra merek mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Keinginan konsumen atau niat beli konsumen muncul ketika konsumen mengevaluasi suatu produk, dan konsumen mencari informasi untuk meminimalkan risiko sebelum membeli suatu produk. Selain itu, dengan keunggulan suatu produk dibandingkan pesaing lainnya (diferensiasi produk), Kedai Bunda dapat mempertahankan kualitas makanan yang sudah dimilikinya. Adapun rumusan masalah sebagai berikut: Apakah Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen untuk membeli Produk makanan Kedai Bunda. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen untuk membeli Produk makanan Kedai Bunda. Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan Pendekatan Deskriptif. Populasi dalam penelitian adalah 78 Mahasiswa dengan Jumlah sampel yang akan di ambil dalam penelitian ini yaitu 44 Responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan diferensiasi Produk pada keputusan pembelian produk makanan Kedai Bunda memiliki nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $18,104 > 2,61$ ) dan nilai signifikan kurang dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga Hipotesis menunjukkan bahwa ada hubungan yang nyata (signifikan) antara Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Diferensiasi Produk dengan pembelian produk makanan di Kedai Bunda.

### Kata Kunci:

*Citra Merek, Diferensiasi Produk, Kepuasan Konsumen, kualitas Produk*

### Daftar Pustaka

- Astri Ayu Purwati, Calvin Kristanto, dan Suhermin, "the Effect of Brand Image, Product Differentiation, and Relationship Marketing Strategy on Purchasing Decision of Toyota Brand Cars in Pekanbaru (Case Study on Toyota Agung Harapan Raya)," Effect of Work Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture on Work Satisfaction and Performance of Teachers Inpublic Junior High School Pekanbaru 7, no. 2 (2019)
- Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, dan Rohani Fitriyani, "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial 3, no. 1 (2022)
- Diah Uswatun Kasanah, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten, Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers, 2021.
- Erika Yulistiara, "Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Prespektif Ekonomi Islam di Era New Normal (Studi pada

Konsumen Scarlett di Kabupaten Pringsewu)", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.

Farhan Azhar, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading", INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE JAKARTA, 2019.

Hafizh Dasuki dkk, Al-Qur'an dan Tafsirnya, Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Wakaf, 2007.

Muslich Anshori dan Sri Iswati, Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1 (Airlangga University Press, 2019)

Nikolaus Duli, Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS (Deepublish, 2019)

Selly Suci Marta Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek dan diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Produk J.CO Donuts dan Coffee pada masyarakat Bandar Lampung)", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

Siti Nurma Rosmitha, "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.