

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2021

Muhammad Fikri Hanafi

120.2017.326

Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada Toko Sepatu Grindshoes di Jakarta Utara)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh digital marketing, harga dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah mengunjungi toko sepatu Grindshoes berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) digital marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) digital marketing, harga, dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam syariat Islam toko sepatu Grindshoes telah menerapkan prinsip ekonomi Islam yaitu memasarkan produk yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan realita, harga yang ditetapkan tidak mengandung unsur riba, lokasi yang nyaman dan strategis.

Kata Kunci: Digital Marketing, Harga, Lokasi Usaha dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

*Faculty Of Economics and Business
Study Program S-1 Management
2020*

Muhammad Fikri Hanafi

120.2017.326

The Influence of Digital Marketing, Price, and Business Location on Purchase Decisions and Their Review from an Islamic Perspective (Case Study on a Grindshoes Shoe Store in North Jakarta)

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of examining the effect of digital marketing, price and business location on purchasing decisions and from an Islamic point of view. Data were collected using a questionnaire. The sample in this study is that consumers who have visited the Grindshoes shoe store opened 100 people. The sampling technique used was the purposive sampling method. The method of data analysis was done with multiple linear regression. The results show that: (1) digital marketing has a positive and significant influence on purchasing decisions. (2) price has a positive and significant influence on purchasing decisions. (3) business location has a positive and significant influence on purchasing decisions. (4) digital marketing, price, and business location simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. In Islamic law, the shoe shop Grindshoes has applied the principles of Islamic economics, namely marketing the products provided to the public in accordance with reality, the price set does not contain elements of usury, the location is convenient and strategic.

Keywords: *Digital Marketing, Price, Business Location and Purchase Decision*