

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi
dan Bisnis
Program Studi S-1
Manajemen
2021**

Santi Safitri

120.2016.154

**Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Sepatu Vans Serta Tinjauannya dari Sudut Pandang
Islam**

135 halaman + xvi halaman + 15 tabel + 4 gambar dan 9 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kota Jakarta berjumlah 130 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam syari'at Islam Karena Allah SWT tidak pernah mempersulit umatnya melebihi dari kemampuannya maka yang disampaikan ialah dari hal yang benar dan bukan menjebak konsumen. Sehingga tercipta dunia bisnis yang sehat dan berkualitas. Maka dari itu dalam melakukan usaha hendaknya memperhatikan yang dapat memberikan manfaat ummat.

Kata Kunci : citra merek dan promosi