

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Nada Nur Hayati
120.2018.029

Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mahasiswa Universitas YARSI Pengguna Merek Skincare Bio Beauty Lab Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam
xi + 94 Halaman, 15 tabel, 11 gambar dan 4 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan penggunaan media sosial terhadap pembelian mahasiswa Universitas YARSI melalui minat beli serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan mahasiswa pengguna produk *skincare* Bio Beauty Lab dengan jumlah sampel sebanyak 283 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4. Penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) Penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) Minat beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) Penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi tidak signifikan, (7) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi tidak signifikan, dan (8) Penggunaan media sosial dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi tidak signifikan. Dari sudut pandang Islam, untuk dapat meyakinkan konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya hal yang dilakukan oleh *skincare* Bio Beauty Lab yaitu meningkatkan kualitas produk dan memanfaatkan media sosial dalam memberikan informasi produk yang sebenarnya untuk dapat menarik minat beli yang dirasakan oleh konsumen dengan mengikuti prinsip-prinsip Islam agar mendapatkan keuntungan dan keberkahan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Media Sosial, Keputusan Pembelian, Minat Beli

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business
S-1 Management Study Program
2022

Nada Nur Hayati
120.2018.029

The Influence of Product Quality and Use of Social Media on Purchasing Decisions Through Interest in Buying YARSI University Students Users of the Bio Beauty Lab Skincare Brand From an Islamic Perspective
xi + 94 pages, 15 tables, 11 pictures and 4 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and the use of social media on the purchases of YARSI University students through purchase intention and its review from an Islamic perspective. The population used in this study were students using Bio Beauty Lab skincare products with a total sample of 283 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling method with purposive sampling technique using questionnaires distributed to respondents. Data analysis was performed using SmartPLS 4. This research shows that: (1) Product quality has a positive and significant influence on buying interest, (2) The use of social media has a positive and significant influence on buying interest, (3) Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, (4) The use of social media has a positive and significant influence on purchasing decisions, (5) Buying interest has a positive and significant influence on purchasing decisions, (6) The use of social media towards purchasing decisions through buying interest as a mediation variable is insignificant, (7) Product quality of purchasing decisions through buying interest as mediation variables is insignificant, and (8) The use of social media and product quality of purchasing decisions through buying interest as mediation variables is insignificant. From an Islamic point of view, to be able to convince consumers in determining their purchase decisions, the things that Bio Beauty Lab skincare does are to improve product quality and utilize social media in providing actual product information to be able to attract the buying interest felt by consumers by following Islamic principles in order to get benefits and blessings.

Keywords: *Product Quality, Social Media, Purchasing Decisions, Buying Interest*