

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2020

**Helda Illahi**

**120.2016.064**

**Pengaruh Promosi, Suasana Toko, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam, (Studi Pada Pengunjung Kedai Kopi Janji Jiwa Joglo)**

115 halaman + xvii halaman + 27 tabel + 4 gambar, dan 8 lampiran

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh promosi, suasana toko, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa Joglo secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung kedai Kopi Janji Jiwa Joglo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling* dan penetapan ukuran sampel menggunakan rumus *hair*. Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) secara simultan maupun parsial seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam sudut pandang Islam, transaksi jual beli yang terkait dengan promosi, suasana toko, harga dan cita rasa dalam transaksi tersebut pada kedai Kopi Janji Jiwa Joglo tidak bertentangan dengan syariah Islam, karena terdapat unsur *antarodin* (kerelaan) antara penjual dan pembeli serta tidak adanya unsur penipuan dalam kegiatan promosi, kehalalan produk serta terdapat kesadaran dalam menjaga lingkungan bisnisnya.

**Kata Kunci:** Promosi, Suasana Toko, Harga, Cita Rasa dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Faculty of Economic and Business*

*Study Program S-1 Management*

**2020**

***Helda Illahi***

***120.2016.064***

***The Influence Of Price, Shop Ambience, Promotion And Taste On Purchase Decision at Janji Jiwa Coffe Shop Product And Its Review From Islamic Point Of View (Study at Janji Jiwa Coffee Shop Joglo Customer, Jl. Alfa Indah, Joglo Raya)***

*115 pages + xvii pages + 27 tables + 4 pictures, and 8 attachment*

## **ABSTRACT**

*The Purpose of This Research is To Know The Influence of Promotion, Store Atmosphere, Price and Taste on Purchase Decision at Janji Jiwa Coffee Shop Joglo in the partial and simultaneous. Population in this research are the costumers of Janji Jiwa Joglo. the sampling technique used is purposive sampling and determination of sample size is using hair formula. The sample size of this research is 105 respondent. Data were collected by questionnaire distribution. Data analysis methode used is multiple regression analysis, T test (partial) and F test (simultaneous). The Result shows that : (1) Price has a positive and significant impact on purchase desicion. (2) shop ambience has a positive and significant impact on purchase desicion. (3) promotion has a positive and significant impact on purchase desicion. (4) taste has a positive and significant impact on purchase decision. (5) simultaneously and partially all independent variables has a positive and significant impact on purchase desicion. Overview from islamic perspective, buying and selling transaction related to price, shop ambience, promotion and taste that exist and apply in Janji Jiwa Coffee Shop Joglo not conflict with Islamic Syari'ah because there is an antarodin element between seller and buyer, no element of fraud, halalness of the product and there is awareness in protecting the business environment.*

***Kata Kunci:*** *Price, Shop Ambience, Promotion, Taste, and Purchase Desicion.*