

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Ryan Fadhel Muhammad

120.2017.242

Pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Faktor Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Mahasiswa/i fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemnen 17 Universitas Yarsi Pengguna E-Commerce Shoope)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai faktor Mediasi serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi Shopee. Teknik Pengambilan yang digunakan adalah sampel *purposive sampling*. jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 75 orang Mahasiswa/i. Data yang dikumpulkan dengan metode survey dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Partial Least Square Structural Equation Modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (P-value <0,014). (2) *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (P-value <0,01). (3) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (P-value <0,01). (4) *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (P-value <0,001) (5) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (0,01). (6) Minat Beli tidak memediasi pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (P-value < 0,152). (7) Minat Beli memediasi dapat memediasi pengaruh *Electroinic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (P-Value 0,002)

Dalam pandangan islam, sebelum melakukan keputusan pembelian hendaknya seorang muslim berperilaku kosumsi terarah dan agar seorang muslim dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku kosumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT dan Rasulnya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.

Kata Kunci : Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Minat Beli, Keputusan Pembelian dan Islam