

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2023**

**Genta Rammiltry Hendra
1202018377**

**Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan Pelanggan, Periklanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Laptop Asus Di Kota Jakarta Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam
151 halaman + 18 tabel + 6 gambar + 11 lampiran**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial, Kepercayaan Pelanggan, Periklanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Kota Jakarta serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Sampel yang ada di dalam penelitian adalah berjumlah 85 responden yang berada di wilayah DKI Jakarta. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel adalah Accidental Sampling dan data pada penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dengan menggunakan bantuan aplikasi software SPSS dan metode penelitian yang digunakan pada penelitian adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Media Sosial berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (2) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (3) Periklanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (4) Persepsi Harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (5) Media Sosial, Kepercayaan Pelanggan, Periklanan dan Persepsi Harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

Dalam sudut pandang islam apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian, hal yang dilakukan Laptop asus yaitu Media Sosial, Kepercayaan Pelanggan, Periklanan dan Persepsi Harga yang baik serta harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam agar dapat keuntungan dan keberkahan.

Kata kunci: Media Sosial, Kepercayaan Pelanggan, Periklanan, Persepsi Harga Keputusan Pembelian Islam.

ABSTRACT

Faculty Of Economy And
Business Study Program S-1
Management 2023

Genta Rammiltry Hendra
1202018377

The Influence of Social Media, Customer Trust, Advertising, and Price Perceptions on Purchasing Decisions on Asus Laptop Products in the City of Jakarta and Their Overview from an Islamic Perspective

151 Pages + 18 Table + 6 Pictures + 11 Attachment

Abstrak

This study aims to determine the effect of Social Media, Customer Trust, Advertising and Price Perceptions on Asus Laptop Purchase Decisions in the City of Jakarta and its review from an Islamic perspective. The sample in the study was 85 respondents in the DKI Jakarta area. The sampling technique used is Accidental Sampling. Data was collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is descriptive statistical analysis using the SPSS software application and the research method used is multiple linear regression analysis .

The results showed that (1) Social Media has a simultaneous effect on purchasing decisions (2) Customer Trust has a simultaneous effect on purchasing decisions (3) Advertising has a simultaneous effect on purchasing decisions (4) Price Perception has a simultaneous effect on purchasing decisions (5) Social Media, Trust Customers, Advertising and Price Perception have a simultaneous effect on purchasing decisions.

From an Islamic point of view, if you want to improve purchasing decisions, things Asus laptops do are Social Media, Customer Trust, Advertising and Good Price Perception and must be in accordance with Islamic principles in order to get benefits and blessings.

Keyword: *Social Media, Customer Trust, Advertising, Price Perception Islamic Purchasing Decision Lifestyle.*