

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2025

Rafi Ageng Kalimas
1202020179

Pengaruh *Digital Marketing*, *Viral Marketing*, Potongan Harga, dan *Shoppertainment* terhadap Keputusan Pembelian serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi pada Pembeli *Online Shop* Gudang Grosir Cempaka Putih)

124 halaman + xiv halaman + 30 tabel + 31 lampiran 6 gambar

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing*, *Viral Marketing*, Potongan Harga, dan *Shoppertainment* terhadap Keputusan Pembelian serta tinjauannya dari sudut pandang islam (Studi pada Pembeli *Online Shop* Gudang Grosir Cempaka Putih). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pembeli produk *online shop* Gudang Grosir Cempaka Putih, sebanyak 3.192 pembeli per tanggal 17 Juli 2024 dan dengan jumlah responden sebanyak 97 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data penelitian ini merupakan Analisis Linear Berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Digital Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) *Viral Marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (3) Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) *Shoppertainment* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (5) *Digital Marketing*, *Viral Marketing*, Potongan Harga, dan *Shoppertainment*, saling berinteraksi dalam mempengaruhi keputusan pembelian. (6) Dari sudut pandang Islam, meskipun proses *shoppertainment* “Gudang Grosir Cempaka Putih” telah mencerminkan banyak nilai-nilai Islam dalam praktik jual beli, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan etika yang baik, beberapa aspek masih memerlukan perbaikan, terutama dalam hal kejelasan informasi terkait warna dan harga produk.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Islam, *Viral Marketing*, Potongan Harga, *Shoppertainment*,

ABSTRACT

**Faculty of Economics and Business
Study Program S-1 Management
2025**

**Rafi Ageng Kalimas
1202020179**

The Influence of Digital Marketing, Viral Marketing, Discounts, and Shoppertainment on Purchasing Decisions and Its Review from an Islamic Point of View (Study on Buyers of Online Shop Gudang Grosir Cempaka Putih)

124 pages + xiv pages + 36 table + 30 attachments 2 images

Abstract Description

This study aims to determine the effect of Digital Marketing, Viral Marketing, Price Discounts, and Shoppertainment on Purchasing Decisions and their review from an Islamic point of view (Study on Buyers of Gudang Grosir Cempaka Putih Online Shop). The population used in this study were buyers of Gudang Grosir Cempaka Putih online shop products, totaling 3,192 buyers as of July 17, 2024 and with 97 respondents. The sampling technique used is Purposive Sampling. Data was collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is using Multiple Regression analysis the help of the SPSS software application. The results showed that (1) Digital Marketing has a positive and significant influence on purchasing decisions (2) Viral Marketing has no effect on purchasing decisions (3) Price Discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions (4) Shoppertainment also has no effect on purchasing decisions (5) Digital Marketing, Viral Marketing, Price Discounts, and Shoppertainment, interact with each other in influencing purchasing decisions. (6) From an Islamic perspective, although the “Gudang Grosir Cempaka Putih” shoppertainment process has reflected many Islamic values in buying and selling practices, such as honesty, responsibility, and good ethics, some aspects still need improvement, especially in terms of clarity of information related to product colors and prices.

Keywords: Digital Marketing, Islam, Viral Marketing, Price Discounts, Shoppertainment.