

# ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2023

Mario Taufik Hartanto

120.2019.147

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK, SERTA KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU COMPASS SERTA TINJAUANYA DARI SUDUT PANDANG Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Compass di DKI Jakarta)**

## Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer*, Persepsi Harga, Inovasi Produk, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian serta tinjauannya dalam Sudut Pandang Islam pada konsumen produk Sepatu Compass. Populasi penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta dengan usia 18 tahun ke atas serta pernah membeli dan menggunakan produk Sepatu Compass Teknik pengambilan sample menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 208 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Social Media Influencer* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. (2) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. (3) Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (4) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (5) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (6) Menurut pandangan Islam, *Social Media Influencer*, Persepsi Harga, Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian pada produk Sepatu Compass sudah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

## **ABSTRACT**

*Faculty of Economics and Business*

*Management Study*

*Program S-1*

*Mario Taufik Hartanto*

*120.2019.147*

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS, PRICE PERCEPTION, PRODUCT INNOVATION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT COMPASS SHOES AND ITS REVIEW FROM AN ISLAMIC PERSPECTIVE (Case Study on Compass Shoes Consumers in DKI Jakarta)***

### *Abstract Description*

*This study aims to determine the influence of Social Media Influencers, Price Perceptions, Product Innovation, Product Quality on Purchasing Decisions and their views from an Islamic Perspective on consumers of Compass Shoes products. The population of this study is the people of DKI Jakarta with the age of 18 years and over and have bought and used Shoes Compass products. The sampling technique used non-probability sampling technique with purposive sampling technique with a total of 208 respondents. The data was obtained by distributing questionnaires using the Google Form. The data analysis method used is Multiple Linier Regression analysis. The results of this study indicate that (1) Social Media Influencers have positive effect on Purchase Decisions. (2) Price perception has a positive effect on purchasing decisions. (3) Product innovation has no effect on purchasing decisions. (4) Product quality has no effect on purchasing decisions. (5) Simultaneously all independent variables have influence on Purchase Decision. (6) According to the Islamic view, the influence of Social Media Influencers, Price Perceptions, Product Innovation, Product Quality, and Purchase Decisions on Compass Shoes products has been carried out in accordance with Islamic principles.*