

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Testimoni dan Metode Pembayaran COD terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Instagram pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung Angkatan 2020/2021” yang ditulis oleh Muhamad Rafid Isnani Ulfi, NIM. 12405173135, pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masalah yang sering dihadapi pelaku usaha saat memulai bisnis online, masalah tersebut misalnya seperti kebingungan dalam menentukan harga, kemudian bagaimana tingkat kepercayaan konsumen terhadap toko yang masih baru, dan yang terakhir seberapa besar pengaruh metode pembayaran terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari beberapa masalah diatas peneliti berfokus pada 3 variabel, yakni (1) Harga, (2) Testimoni, (3) Metode Pembayaran COD.

Ada empat rumusan masalah yang dibahas oleh peneliti: (1) Apakah harga di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung?, (2) Apakah testimoni di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung?, (3) Apakah metode pembayaran COD di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung?, (4) Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga, testimoni, metode pembayaran COD terhadap keputusan pembelian melalui instagram pada mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syari’ah angkatan 2020/2021?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kemudian untuk sampelnya menggunakan teknik *simple random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden, yakni mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Tulungagung. Tahap selanjutnya data dianalisis dengan regresi linier berganda yang menghasilkan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.827 + 0.204X_1 + 0.323X_2 + 0.357X_3$$

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 2,246, (2) testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,231, (3) metode pembayaran COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 6,465. Hasil pengujian menggunakan uji F menunjukkan bahwa harga, testimoni dan metode pembayaran COD berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 36,61.

Kata kunci: keputusan pembelian, harga, testimoni, metode pembayaran COD.

## ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Prices, Testimonials and COD Payment Methods on Online Purchase Decisions Through Instagram for Islamic Business Management Students IAIN Tulungagung Force 2020/2021" written by Muhamad Rafid Isnani Ulfi, NIM. 12405173135, supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the problems that are often faced by business actors when starting an online business, such problems as indecision in determining prices, then how the level of consumer confidence in new stores, and finally how much influence the payment method has on consumer purchasing decisions. From some of the problems above, the researcher focuses on 3 variables, namely (1) Price, (2) Testimonials, (3) COD Payment Methods.

There are four problem formulations discussed by the researcher: (1) Does the price on Instagram have a positive and significant effect on purchasing decisions for students majoring in Islamic Business Management IAIN Tulungagung?, (2) Do testimonials on Instagram have a positive and significant effect on purchasing decisions for students majoring in Islamic Business Management IAIN Tulungagung?, (3) Does the COD payment method on Instagram have a positive and significant effect on purchasing decisions for students majoring in Sharia Business Management at IAIN Tulungagung?, (4) To find out simultaneously the effect of price, testimonials, COD payment methods on decisions purchases via Instagram to students majoring in Sharia Business Management class 2020/2021?

The method used in this research is quantitative then for the sample using simple random sampling technique. The number of samples used as many as 98 respondents, namely students majoring in Islamic Business Management IAIN Tulungagung. The next stage of data is analyzed by multiple linear regression which produces the following regression:

$$Y = 2.827 + 0.204X_1 + 0.323X_2 + 0.357X_3$$

Hypothesis testing using t test shows that: (1) price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t value of 2.246, (2) testimonials have a positive and significant effect on purchasing decisions with a t value of 4.231, (3) COD payment methods positive and significant effect on purchasing decisions with a t value of 6.465. The test results using the F test show that prices, testimonials and COD payment methods have a simultaneous effect on purchasing decisions with a calculated F value of 36.61.

Keywords: purchase decision, price, testimonial, COD payment method.