

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Online, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Geprek Sae Kepatihan” yang ditulis oleh Mohamad Ajib Markaban Mahiri, NIM. 126405201082, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Fitriantatsany, S. Sos., M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan semakin ketatnya persaingan bisnis makanan cepat saji yang ada di Indonesia sehingga wirausahawan harus mengerti strategi dan faktor apa saja yang dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan pembelian para pelanggan. Karena dengan dipengaruhi keputusan pembelian oleh pelanggan, perusahaan bisa terus berjalan, mampu bersaing, dan menjadi lebih maju di masa depan.

Tujuan dari Penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan pemasaran online, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (2) untuk mengetahui pengaruh signifikan pemasaran online terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (3) untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (4) untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 26. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F, uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pemasaran online, citra merek, dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (2) pemasaran online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (3) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan, (4) harga signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Geprek Sae Kepatihan.

Kata Kunci : Pemasaran Online, Citra Merek, Harga , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Online Marketing, Brand Image, and Price on Purchasing Decisions for Ayam Geprek Sae Kapatihan" written by Mohamad Ajib Markaban Mahiri, NIM. 126405201082, Department of Business and Management, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business with supervisor Fitriyanatsany, S. Sos., M.A.

This research is motivated by increasingly tight competition in the fast food business in Indonesia, so entrepreneurs must understand what strategies and factors can be used to influence customers' purchasing decisions. Because by influencing purchasing decisions by customers, companies can continue to run, be able to compete, and become more advanced in the future.

The objectives of this research are (1) to determine the simultaneous significant influence of online marketing, brand image, and price on purchasing decisions at Ayam Geprek Sae Kapatihan, (2) to determine the significant influence of online marketing on purchasing decisions at Ayam Geprek Sae Kapatihan, (3) to determine the significant influence of brand image on purchasing decisions for Ayam Geprek Sae Kapatihan, (4) to determine the significant influence of price on purchasing decisions for Ayam Geprek Sae Kapatihan.

This research uses a quantitative approach and associative research. The data source used is primary data with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used was a questionnaire. The data processing used is SPSS 26. This research uses validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination test (R²), F test, T test.

The results of this research show that (1) online marketing, brand image, and price simultaneously or together have a significant influence on purchasing decisions at Ayam Geprek Sae Kapatihan, (2) online marketing has a significant influence on purchasing decisions at Ayam Geprek Sae Kapatihan, (3) brand image has a significant influence on purchasing decisions for Ayam Geprek Sae Kapatihan, (4) price has a significant influence on purchasing decisions for Ayam Geprek Sae Kapatihan.

Keywords: *Online Marketing, Brand Image, Price, Purchasing Decisions*