ABSTRAK

Penelitian yang berjudul "**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Pengiklanan Yang Islami Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Aqiqah Di Nurul Hayat Kota Surabaya"** ini adalah hasil penelitian yang bertujuan untuk Membuktikan dan menganalisis apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, dan pengiklanan yang islami secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli produk aqiqah di nurul hayat kota Surabaya dan membuktikan dan menganalisis apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, dan pengiklanan yang islami secara parsial terhadap keputusan konsumen membeli produk aqiqah di nurul hayat kota Surabaya

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dariperpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 respondenResponden yang dipilih adalah konsumen aqiqah di Nurul Hayat Surabay. dengan teknik *non prob Aability* yakni Teknik *sampling insidental* Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil uji statistik F yang telah dilakukan, terbukti Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengiklanan yang Islami terhadap simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membeli Produk Aqiqah di Nurul Hayat. Hal tersebut dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 24.805 yang lebih besar dibandingkan nilai F tabel sebesar 3.09dengan signifikasi sebesar 0,000. Variabel Pengiklanan Islami (X3) adalah nilai t hitung sebesar 3.246 nilai t tabel sebesar 1.983. Karena nilai signifikansi 0.02 lebih besar dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Pengiklanan Islami (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y). Variabel Harga Islami (X1) adalah nilai t hitung sebesar 1.935 nilai t tabel sebesar 1.983. Karena nilai signifikansi 0.056 lebih besar dari 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak yakni tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Harga Islami (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y). Dan Variabel Kualitas Produk Islami (X2) adalah nilai t hitung sebesar 2.934 nilai t tabel sebesar 1.983. Karena nilai signifikansi 0.04 lebih besar dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Kualitas Produk Islami (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen Nurul Hayat.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Pengiklanan Yang Islami, Keputusan Konsumen Membeli Produk Aqiqah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id