

ABSTRAK

Nama : Mutiara Dara Fhonna
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Quick Response Code Indonesian Standard* dan *Digital Marketing* Syariah terhadap Peningkatan Omset *Coffe Shop* di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* dan *digital marketing* syariah terhadap peningkatan omset *coffee shop* di Kota Lhokseumawe. Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha, khususnya sektor kuliner, untuk mengadopsi sistem pembayaran non-tunai serta strategi pemasaran berbasis digital guna meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha *coffee shop* di Kota Lhokseumawe yang telah menggunakan QRIS dan menerapkan *digital marketing*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset *coffee shop*. Selain itu, *digital marketing* syariah juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset *coffee shop* di Kota Lhokseumawe. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerapan QRIS dan strategi *digital marketing* syariah dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan omset usaha *coffee shop*. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi pembayaran digital serta strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Kata kunci: QRIS, *Digital Marketing* Syariah, Omset, *Coffe shop*

ABSTRACT

*Name : Mutiara Dara Fhonna
Study Program : Islamic Economics
Title : The Influence of the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) and Sharia Digital Marketing on Increasing Coffee Shop Turnover in Lhokseumawe City*

This study aims to analyze the effect of the use of the Quick Response Code Indonesian Standard and sharia digital marketing on increasing coffee shop turnover in Lhokseumawe City. The development of digital technology encourages businesses, especially in the culinary sector, to adopt non-cash payment systems and digital-based marketing strategies to increase competitiveness and business revenue. The research method used is a quantitative method with an associative approach. Data were collected by distributing questionnaires to coffee shop businesses in Lhokseumawe City who have used QRIS and implemented digital marketing. Data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis to determine the influence of each variable. The results show that QRIS has a positive and significant effect on increasing coffee shop turnover. In addition, sharia digital marketing also has a positive and significant effect on increasing turnover. Simultaneously, both variables have a significant effect on increasing coffee shop turnover in Lhokseumawe City. The conclusion of this study is that the implementation of QRIS and sharia digital marketing strategies can be important factors in increasing coffee shop turnover. Therefore, business actors are expected to optimize the use of digital payment technology and marketing strategies that comply with sharia principles to improve their business performance.

Keywords: QRIS, Sharia Digital Marketing, Turnover, Coffee shop