

ABSTRAK

Nama : Fazira
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Gaya Hidup Halal Terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Gaya Hidup Halal Terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer sebanyak 97 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel yaitu analisis regresi linier berganda dengan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam perspektif islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikusaleh dengan nilai statistic $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,661 > 1.661$ dan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam perspektif islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikusaleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,383 > 1.661$ dan tingkat signifikan sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05. Kemudian Gaya Hidup halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam perspektif islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikusaleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,005 > 1.661$ dan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Secara Simultan Kualitas produk, promosi dan gaya hidup halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Belanja di Shopee dalam perspektif islam pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikusaleh dengan Tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Koefisien Korelasi (R) dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,761 dan nilai R^2 sebesar 0,579 atau 57,9 % menunjukkan besarnya pengaruh Kualitas produk, promosi dan gaya hidup halal terhadap preferensi belanja.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Gaya Hidup Halal, Preferensi Belanja

ABSTRACT

Name : Fazira

Study Program : Ekonomi Syariah

Title : The Influence of Product Quality, Promotion, and Halal Lifestyle on Shopping Preferences on Shopee from an Islamic Economic Perspective (among Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University)

This research aims to examine the Influence of Product Quality, Promotion, and Halal Lifestyle on Shopping Preferences on Shopee from an Islamic Economic Perspective (among Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University). The data used in this study is primary data from 97 respondents. The method used to analyze the relationship between variables is multiple linear regression analysis using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. The results show that partially, product quality has a positive and significant influence on shopping preferences on Shopee from an Islamic perspective among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University, with a t-value > t-table value of $4.661 > 1.661$ and a significance level of 0.000, which is less than 0.05. Furthermore, promotion partially has a positive and significant influence on shopping preferences on Shopee from an Islamic perspective among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University, with a t-value > t-table value of $2.383 > 1.661$ and a significance level of 0.019, which is less than 0.05. Additionally, the halal lifestyle has a positive and significant influence on shopping preferences on Shopee from an Islamic perspective among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University, with a t-value > t-table value of $4.005 > 1.661$ and a significance level of 0.000, which is less than 0.05. Simultaneously, product quality, promotion, and halal lifestyle have a positive and significant influence on shopping preferences on Shopee from an Islamic perspective among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University, with a significance level of less than 0.05, which is 0.000. The correlation coefficient (R) in this study is 0.761 and the R² value is 0.579 or 57.9%, indicating the extent of the influence of product quality, promotion, and halal lifestyle on shopping preferences.

Keywords: Product Quality, Promotion, Halal Lifestyle, Shopping Preferences