

ABSTRAK

Nilia Wahyuning Purwanti, 1420210191, “Pengaruh Etika Bisnis Islam, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli J-han Jilbab Kudus”

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai : 1). Pengaruh etika bisnis Islam terhadap minat beli jilbab di J-han Jilbab Kudus . 2). Pengaruh harga terhadap minat beli jilbab di J-han Jilbab Kudus. 3). Pengaruh promosi terhadap minat beli jilbab di J-han Jilbab Kudus. 4). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli jilbab di J-han Jilbab Kudus.

Jenis penelitian ini adalah *field research* yang dilakukan di J-han Jilbab Kudus. Populasi yang digunakan seluruh konsumen J-han Jilbab Kudus dan sampel sebanyak 71 orang responden dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan angket. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa : 1) Variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap minat beli di J-han Jilbab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.273 > 1.996$) dengan sig. 0,002 ($0,002 < 0,05$). 2) Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli di J-han Jilbab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.532 > 1.996$) dengan sig. 0,003 ($0,003 < 0,05$). 3) Variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di J-han Jilbab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.419 < 1.996$) dengan sig. 0,018 ($0,018 < 0,05$). 4) Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di J-han Jilbab Kudus, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.874 > 1.996$) dengan sig. 0.005 ($0,005 < 0,05$).

Kata Kunci : *Etika Bisnis Islam, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli*