

ABSTRAK

Intan Puspita Sari, 1720210071, Pengaruh Positif Lokasi, *Figure* Pemilik, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Mubarakatan Thoyyibah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif lokasi, *figure* pemilik, dan etika bisnis Islam terhadap keputusan pembelian. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field Research* atau penelitian lapangan.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner (angket), observasi, dan dokumentasi. Instrumen penelitian pada uji validitas dan reliabilitas dengan melihat *corrected item correlation* dan *cronbrach's alpha*, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian : pertama, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis lokasi yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibanding kan dengan t_{tabel} ($4,035 > 1,661$) nilai probabilitas 0,000 menunjukkan nilai kurang dari nilai 0,05 ($0,000 < 0,05$), sedangkan nilai $R = 0,727$ korelasi kuat. Dan $R^2 = 0,524$ nilai tersebut memiliki makna bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 52,4%. kedua, *figure* pemilik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis *figure* pemilik yang nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,202 > 1,661$) nilai probabilitas 0,030 juga menunjukkan nilai kurang dari nilai 0,05 ($0,030 < 0,05$), sedangkan nilai $R = 0,729$ nilai ini menunjukkan hubungan antara *figure* pemilik terhadap keputusan pembelian adalah korelasi kuat. Dan $R^2 = 0,526/52,6\%$. ketiga, etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis etika bisnis Islam dengan nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} ($3,282 > 1,661$) nilai probabilitas 0,001 menunjukkan nilai kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sedangkan nilai $R = 0,728$ nilai ini menunjukkan hubungan antara etika bisnis Islam terhadap keputusan pembelian adalah korelasi kuat. Dan $R^2 = 0,525$ nilai tersebut memiliki makna bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 52,5%. dan keempat, lokasi, *figure* pemilik, dan etika bisnis Islam secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $59,276 >$ dari F tabel 2,704 atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, nilai $R = 0,813$ nilai tersebut menunjukkan bahwa koefisien determinasi adalah sangat kuat dan koefisien determinasi adjusted R Square sebesar 0,650 menunjukkan bahwa pengaruh positif lokasi, *figure* pemilik, dan etika bisnis Islam terhadap keputusan pembelian, sehingga baik H1, H2, H3 diterima.

Kata kunci : Lokasi, *Figure* Pemilik, dan Etika Bisnis Islam, dan Keputusan Pembelian.