

ABSTRAK

Nila Zahrotul Mustafidah, 1620210169. Pengaruh Lingkungan Sosial, Psikologi Konsumen dan *Islamic Advertising Ethics* terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Tokopedia). skripsi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kudus Tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh lingkungan sosial, psikologi konsumen dan *Islamic Advertising Ethics* terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Tokopedia). Peneliti menerapkan teknik kuantitatif untuk mengolah data pada riset ini. Kuisisioner dibagikan melalui WhatsApp secara *online*. Objek kajian riset ialah pengguna aplikasi Tokopedia dengan populasi yang belum diketahui pasti, namun peneliti mengambil sampel sebanyak 110 melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik regresi berganda melalui penggunaan SPSS versi 16.0. Ditunjukkan dari hasil riset bahwa keputusan pembelian di Tokopedia dipengaruhi oleh lingkungan sosial secara positif namun tidak signifikan. Sedangkan *Islamic advertising ethics* dan psikologi konsumen berdampak positif dan signifikan pada pembelian *online* di Tokopedia.

Kata kunci: Lingkungan Sosial, Psikologi Konsumen, *Islamic Advertising Ethics*, Keputusan Pembelian

