

ABSTRAK

Rizka Cindy Nurasmayanti. NIM 20.2.21.082. *Pengaruh Pengetahuan Produk, Harga Dan Lokasi Penjualan Terhadap Minat Membeli Mahasiswi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta Pada Produk Skincare Emina Di Sangatta (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta)*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Eko Nursalim M.S.I. Selaku pembimbing I dan dan Anggra Prima, M.Pd. Selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan produk, harga dan lokasi terhadap minat membeli mahasiswi Ekonomi Syariah pada produk Emina di Sangatta (studi kasus mahasiswi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta)

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket (kuisioner), dokumentasi dan observasi untuk mendapatkan data penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah 165 responden kemudian sampel yang digunakan adalah 33 responden yaitu 20% dari total populasi yang merupakan mahasiswi Ekonomi Syariah semester II, IV, VI, dan VIII. Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk, Harga, dan Lokasi, secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membeli pada produk Emina Sangatta Kutai Timur. Uji T dan Uji F menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$, setelah dihitung koefisien determinannya memperoleh nilai sebesar 68,5 hal ini dapat diartikan determinannya sebesar 68,5%. sedangkan sisanya sebesar 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan hasil penelitian variabel pengetahuan produk hasil uji T sebesar $0.028 < 0.05$ dan nilai T hitung $2.313 > T$ tabel 1.693, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya pengetahuan produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat membeli (Y). nilai t hitung sebesar $2.008 > t$ tabel sebesar 1.693 dengan nilai signifikansi $0.007 < 0.05$, maka H2 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga (X2) terhadap variabel minat membeli. nilai t hitung sebesar $0.721 < t$ tabel sebesar 1.693 dengan nilai signifikansi $0.477 < 0.05$, maka H3 ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Lokasi (X3) terhadap variabel minat membeli. Kemudian variabel Pengetahuan Produk (X1) dengan Minat Beli (Y) memiliki pengaruh yang paling tinggi yaitu sebesar 51,9%. Variabel Harga (X2) dengan Minat Beli (Y) memiliki pengaruh yaitu sebesar 59,2%. Selanjutnya variabel Lokasi (X3) dengan Minat Beli (Y) memiliki pengaruh yaitu sebesar 36,2%. Dari ketiga variabel (X) diatas variabel yang paling dominan adalah harga yaitu memiliki pengaruh sebesar 59,2%

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Harga, Lokasi Penjualan, Minat Membeli