

ABSTRAK

Ulfah. NIM 20.2.21.068. *Pengaruh Digital Marketing, Diskon, dan Pemberian Voucher Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Taqia Bookstore Sangatta Utara*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Eko Nursalim, M.S.I selaku pembimbing I dan Totok Adhi Prasetyo, M.M selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *digital marketing*, diskon, dan pemberian *voucher* terhadap keputusan pembelian di Taqia Bookstore Sangatta Utara tahun 2024.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lain, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penskoran dari responden.

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan *customers* Taqia Bookstore Sangatta. Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian ini Uji T dan Uji F menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$, setelah dihitung koefisien determinannya memperoleh nilai sebesar 0,316. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 31,6% sedangkan sisanya 68,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan hasil penelitian variabel *Digital Marketing* hasil uji T sebesar $0,306 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,030 < t$ tabel 1,984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya *Digital Marketing* (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel Diskon (X2) hasil uji T sebesar $0,012 < 0,05$ dan nilai hitung t hitung $2,560 > t$ tabel 1,984 disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Dan variabel Pemberian *Voucher* (X3) hasil uji T sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai hitung t hitung $3,785 > t$ tabel 1,984 disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Digital Marketing, Diskon, Pemberian Voucher, Keputusan Pembelian