

## ABSTRAK

### PENGARUH ETIKA PEMASARAN ISLAM, LAYOUT, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BANK SUMSEL BABEL SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Tri Riski Amelia

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail : [tririskiamelia2721@gmail.com](mailto:tririskiamelia2721@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pemasaran islam, layout, dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Pembantu Uin Raden Fatah Palembang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik kuesioner, dan skala yang digunakan adalah skala likert. Sampel dalam penelitian ini adalah 5297 nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak SPSS 21.0, yang terdiri dari deskriptif kuantitatif, instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Pemasaran Islam berpengaruh positif dan signifikan dengan memperoleh nilai hitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,398 > 1,66088$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Layout berpengaruh positif dan signifikan dengan memperoleh nilai hitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,559 > 1,66088$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Harga berpengaruh positif dan signifikan dengan memperoleh nilai hitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,552 > 1,66088$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Etika Pemasaran Islam, Layout, Dan Harga berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk dengan memperoleh nilai hitung  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $46,573 > 2,70$ ) dengan diperoleh nilai sig ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci** : Etika Pemasaran Islam, Layout, Dan Harga