

ABSTRAK

Bedi Ridho Imammuri. 2026. *Pajangan Foto Ulama dan Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen Studi Warung Makan di Kecamatan Sungai Tabuk*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pembimbing: H. Abdul Gafur, Lc. MA & Dr. H. Rijalul Faqih, MSI., MEI.

Kata kunci: Pajangan Foto Ulama, Endorsement, Minat Beli Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena banyaknya warung makan di Kecamatan Sungai Tabuk yang memajang foto ulama sebagai simbol religius sekaligus sarana membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, keberadaan foto ulama juga dipandang memiliki fungsi endorsement yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajangan foto ulama terhadap minat beli konsumen secara parsial, pengaruh endorsement terhadap minat beli konsumen secara parsial, serta pengaruh kedua variabel secara simultan terhadap minat beli konsumen

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan sampel. Jumlah sampel sebanyak 96 responden yang merupakan konsumen warung makan di Kecamatan Sungai Tabuk yang mengetahui atau melihat adanya pajangan foto ulama. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner ke konsumen yang membeli di warung makan yang memajang foto ulama di Kecamatan Sungai Tabuk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pajangan foto ulama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikansi 0,017 dan nilai t hitung 2,423 lebih besar dari t tabel 1,661. Variabel endorsement juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 7,208 lebih besar dari t tabel 1,661. Secara simultan, pajangan foto ulama dan endorsement berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai F hitung sebesar 100,688 lebih besar dari F tabel 2,36 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.