

Abstrak

Febriyanti, Riska NIM. 2110922002.2025. *Studi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Santri Berbelanja di Madinah Oryza Mart Cangkring Jenggawah*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing (I) Dhofir Chatur Bashori S.HI, M.HI (II) Muhammad Syafi'I S.E.I.,M.E.I.

Kata Kunci : Keputusan Pembeli, Santri, Madinah Oryza Mart

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan santri Pondok Pesantren Madintaul Ulum dalam berbelanja di Madinah Oryza Mart. Sebuah unit usaha yang dikelola oleh pesantren. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan cara mereduksi data(memilih data sesuai fokus penelitian), menyajikan data dalam bentuk narasi tematik, serta menarik kesimpulan dari pola-pola temuan yang muncul. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empat faktor utama kualitas produk, harga, fasilitas, dan lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian santri. Faktor harga menjadi yang paling dominan karena harga yang lebih murah dari pada pesaingnya dan letak toko yang strategis yaitu di depan gerbang pesantren, yang memudahkan akses santri untuk berbelanja. Adapaun kelemahan yang di temukan adalah terbatasnya variasi produk dan fasilitas yang belum maksimal seperti AC yang rusak. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan layanan dan kelengkapan produk sangat penting untuk mendukung kenyamanan serta kemandirian ekonomi pesantren.

Abstract

Febriyanti, Riska. Student ID: 2110922002. 2025. A Study of the Factors Influencing Santri's Purchasing Decisions at Madinah Oryza Mart, Cangkring Jenggawah. Undergraduate Thesis, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah *University* of Jember. Advisors: (I) Dhofir Chatur Bashori, S.HI., M.HI. (II) Muhammad Syafi'i, S.E.I., M.E.I.

Keywords: Purchasing Decision, Santri, Madinah Oryza Mart

This study aims to identify the factors influencing the purchasing decisions of santri (Islamic boarding school students) at Madinah Oryza Mart, a business unit managed by the pesantren. The research employs a descriptive qualitative approach with data collected through interviews, observation, and documentation. The findings reveal four key factors—product quality, price, facilities, and location—that influence santri purchasing decisions. Among them, price is the most dominant factor due to its affordability compared to competitors and the store's strategic location near the pesantren gate, making it easily accessible for santri. However, some weaknesses were also found, such as limited product variety and suboptimal facilities, like a broken air conditioner. These findings indicate that improving service quality and expanding product availability are crucial to enhancing shopping convenience and supporting the pesantren's economic independence.