

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK MIE SEDAAP
(Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

Bella Desy Andriani

NIM: 9.313.161.15

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PADA PRODUK MIE SEDAAP

(Studi Kasus Pada Santri Pondok ar-Roudloh Ngronggo Kediri)

BELLA DESY ANDRIANI

NIM: 931316115

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM

NIP. 1974052820031220001

Rofik Efendi, S.Kom., MM

NIP. 196906171998031002

NOTA DINAS

Kediri, 16 September 2019

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Kediri
Di Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : BELLA DESY ANDRIANI

NIM : 9.313.161.15

Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
MIE SEDAAP (STUDI KASUS PADA SANTRI
PONDOK PESANTREN AR-ROUDLOH
NGRONGGO KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM
NIP. 1974052820031220001

Rofik Efendi, S.Kom., MM
NIP. 196906171998031002

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 30 Oktober 2019

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN)
Kediri
Di Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswi tersebut di bawah ini:

Nama : BELLA DESY ANDRIANI

NIM : 9.313.161.15

Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
MIE SEDAAP (STUDI KASUS PADA SANTRI
PONDOK PESANTREN AR-ROUDLOH
NGRONGGO KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, dengan
beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam
sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 17 Oktober
2019, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM
NIP. 1974052820031220001

Rofik Efendi, S.Kom., MM
NIP. 196906171998031002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK MIE SEDAAP
(Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Roudloh Ngronggo Kediri)**

BELLA DESY ANDRIANI
NIM. 9.313.161.15

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri Pada Tanggal 17 Oktober 2019

Tim Penguji,

1. **Penguji Utama**
Dr. Andriani, SE, MM. (.....)
NIP : 197301132003122001

2. **Penguji I**
Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM. (.....)
NIP : 197405282003122001

3. **Penguji II**
Rofik Efendi, S. Kom, MM. (.....)
NIP : 196906171998031002

Kediri, 30 Oktober 2019
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP : 197501011998031002

MOTTO

يَسْئَلُهَا النَّاسُ . لِمَا أَفْعَلُ طَرِيزُول - اَتَدَسَّ بِهَوَا . وَخَطَاتِ الشَّيْطَانِ . وَهَوَا

ل - حَكْمُ عَلُو رُومِيَيْن ١٦٨

*“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi,
dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan
itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

(QS. Al-Baqarah : 168)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas karunia, nikmat dan kemudahan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta Bapak Dasuki dan Ibu Sriani dan kakak tercinta Mas Denni Sigit Wahyudi beserta keluarga, Mas Sandy Dwi Rahmanto beserta keluarga, Mbak Desy Triyani beserta keluarga, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan dalam bentuk moral maupun materiil.
2. Dosen pembimbing I Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie., S.E., MM yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
3. Dosen pembimbing II Bapak Rofik Efendi., S.Kom., MM yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat saya yang selalu bersama dari semester satu hingga semester akhir, Rizki Kusuma Firdaus, Hanifa Laili Awaludina, Ayu Setianingsih, dan Afif Riezky Meizuhan Nisa semoga silaturahmi kita tidak akan pernah putus.
5. Teman-teman seperjuangan dalam menyusun skripsi, semua mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015.
6. Dan yang terakhir kepada pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, sekaligus untuk almamaterku tercinta Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

ABSTRAK

BELLA DESY ANDRIANI, Dosen Pembimbing Dr. Hj. Naning Fatmawatie., SE., MM dan Rofik Efendi., S.Kom., MM : “Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, prodi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri 2019.

Kata Kunci: Persepsi dan Keputusan Pembelian

Saat ini perkembangan produk substitusi makanan pokok semakin bermunculan. Salah satunya adalah mie instan yang sekarang ini banyak beredar terutama di kalangan remaja sebagai makanan populer. Ada beberapa merek mie instan yang termasuk kategori terkenal dan terlaris di Indonesia pada tahun 2019. Salah satunya adalah Mie Sedaap. Banyak faktor yang mempengaruhi para konsumen untuk melakukan pembelian produk Mie Sedaap. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui persepsi, dan mengetahui keputusan pembelian, serta untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian pada santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan membeli produk Mie Sedaap sejumlah 72 konsumen. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. Sedangkan analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan keputusan pembelian pada santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri masing-masing dikategorikan cukup. Terdapat hubungan yang kuat sebesar 0,723. Dan terdapat pengaruh persepsi sebesar 52,3% terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada santri Pondok Pesantren ar-Roudlih Ngronggo Kediri. Dan sisanya 47,7% dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, maupun faktor lain dari psikologi.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat iman dan nikmat Islamnya sehingga peneliti diberikan kesehatan dan jalan kemudahan dalam menyelesaikan masa-masa sulit dalam pembuatan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan menuju umat yang lebih mulia dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S.1) Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri dan para pembantu Rektor serta seluruh jajarannya yang senantiasa mencurahkan dengan penuh keikhlasan dalam rangka pengembangan mutu dan kualitas IAIN Kediri.
2. Imam Annas Muslihin, S.H., M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan Rofik Efendi, S.Kom., MM selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh Tenaga Dosen, Pegawai Staf Akademik dan Tata Usaha khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala bantuan dan bimbingan selama ini.
5. H. Mukmin Firmansyah, M.HI yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri.
6. Terkhusus kepada kedua orang tua tercinta (Bapak Dasuki dan Ibu Sriani) yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan mengiringi setiap langkah penulis dengan doa yang tulus, kesabarannya serta tak henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moral maupun materiilnya.
7. Kakak tercinta Mas Deni beserta keluarga, Mas Sandy beserta keluarga, dan Mbak Desy beserta keluarga.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2015 (Rizki, Hanifa, Ayu, Afif dan lainnya).
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kediri, 16 September 2019

Penulis,

Bella Desy Andriani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Hipotesis Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Telaah Pustaka	11

BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Persepsi.....	16
1. Pengertian Persepsi.....	16
2. Proses Persepsi	20
B. Keputusan Pembelian.....	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
3. Proses Keputusan Pembelian	26
C. Persepsi dan Keputusan Pembelian dalam Islam.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Definisi Operasional.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Data dan Sumber Data.....	36
F. Pengumpulan Data	37
G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Mie Sedaap.....	48
a) Sejarah Mie Sedaap	48
b) Visi dan Misi	50

c) Produk Mie Sedaap	50
2. Sejarah Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri.....	50
a) Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren.....	50
b) Program Unggulan di Pondok Pesantren	52
c) Struktur Kepengurusan	53
d) Fasilitas Pondok Pesantren.....	53
B. Deskripsi Data.....	54
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
2. Analisis Deskriptif.....	59
3. Uji Asumsi Klasik	61
a) Uji Autokorelasi	61
b) Uji Heterokedastisitas	63
c) Uji Normalitas	64
4. Analisis Korelasi	65
5. Analisis Regresi Sederhana	66
6. Pengujian Hipotesis.....	68
7. Koefisien Determinasi	69
BAB V PEMBAHASAN	70
A. Persepsi Produk Mie Sedaap Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri.....	70
B. Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Sedaap Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri	73

C. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Sedaap Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri	75
BAB VI PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri
Tabel 1.2	Jumlah Santri di Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen Mie Instan Berdasarkan Merek Pada Santri Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri
Tabel 1.4	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Mie Sedaap pada Pondok Pesantren ar-Roudloh Ngronggo Kediri
Tabel 3.1	Operasional Variabel X
Tabel 3.2	Operasional Variabel Y
Tabel 3.3	Bobot Penilaian Setiap Jawaban
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi
Tabel 4.1	Produk Mie Sedaap
Tabel 4.2	Program Kegiatan Khusus di Pondok Pesantren ar-Roudloh
Tabel 4.3	Program Kegiatan Umum di Pondok Pesantren ar-Roudloh
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X)
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi (X)
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Tabel 4.8	Hasil Deskripsi Variabel Persepsi (X) dan Keputusan Pembelian (Y)

- Tabel 4.9** Kategorisasi Untuk Variabel X (Persepsi)
- Tabel 4.10** Kategorisasi Untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- Tabel 4.11** Hasil Pengujian Autokorelasi
- Tabel 4.13** Hasil Pengujian Normalitas Data
- Tabel 4.14** Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment* Data
- Tabel 4.15** Hasil Pengujian Regresi Sederhana
- Tabel 4.16** Hasil Uji T
- Tabel 4.17** Hasil Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner Variabel Persepsi (X) dan Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Analisis Data

Lampiran 5 Tabel r (51-90)

Lampiran 6 Tabel Durbin-Watson (DW)

Lampiran 7 Surat izin Penelitian

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup