

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MIE SEDAAP* PADA MAHASISWA
PRODI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2018
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

Muhammad Rizal Wijayanto

NIM. 9.313.578.15

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2023**

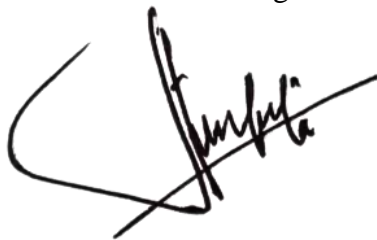
HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MIE SEDAAP* PADA MAHASISWA PRODI EKONOMI
SYARIAH ANGKATAN 2018 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI**

**MUHAMMAD RIZAL WIJAYANTO
NIM. 9.313.578.15**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Achmad Munif, SE., MM.
NIP. 19691025 200312 2 001

Pembimbing II



Dr. Yuliani, SE., MM.
NIP. 19840710 201903 2 009

NOTA DINAS

Kediri, 22 Juli 2022

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Guna memenuhi permintaan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD RIZAL WIJAYANTO
NIM : 9.313.578.15
Judul : PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIE SEDAP PADA MAHASISWA PRODI EKONOMI
SYARIAH ANGKATAN 2018 INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) KEDIRI

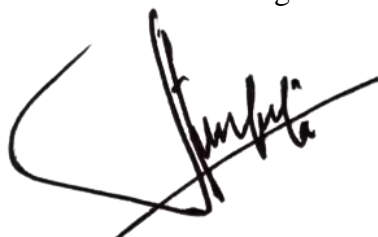
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Achmad Munif, SE., MM.

Pembimbing II



Dr. Yuliani, SE., MM.
NIP. 19840710 201903 2 009

NIP. 19691025 200312 2 001

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 22 Juli 2022

Lampiran : 4 (Empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel 07 - Ngronggo
Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Bersama ini kami lampirkan berkas skripsi mahasiswa sebagaimana yang tersebut di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD RIZAL WIJAYANTO
NIM : 9.313.578.15
Judul : PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAP PADA MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2018 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2022, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar menjadikan maklum dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Pembimbing II



Dr. Yuliani, SE., MM.

Achmad Munif, SE., MM.
NIP. 19691025 200312 2 001

NIP. 19840710 201903 2 009

HALAMAN PENGESAHAN

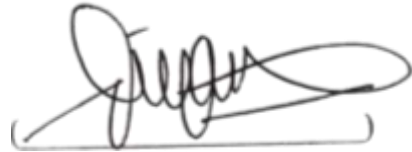
**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MIE SEDAAP* PADA MAHASISWA PRODI EKONOMI
SYARIAH ANGKATAN 2018 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI**

MUHAMMAD RIZAL WIJAYANTO
NIM. 9.313.578.15

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 18 Juli 2022.

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dijan Novia Saka, SE., MM.
NIDN. 0714127001



2. Penguji I
Achmad Munif, SE., MM.
NIP. 19691025 200312 2 001



(.....)

3. Penguji II
Dr. Yuliani, SE., MM.
NIP. 19840710 201903 2 009



(.....)

Kediri, 22 Juli 2022



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Imam Annas Mushjilhin, M.H.I.
NIP. 19750101 199803 1002

MOTTO

كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ (متفق عليه)

Artinya: "Kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya mengenai orang yang dipimpinnya.

(H.R. Bukhari Muslim)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rizal Wijayanto
Nim : 9.313.578.15
Progam Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau keseluruhan maka saya bersedia menerima sanksi atas pembuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Kediri, 22 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rizal Wijayanto
NIM. 9.313.578.15

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, syukurku tiada terbatas pada-Mu ya Robbi. Diri ini tiada daya tanpa kekuatan dari-Mu. Shalawat serta salamku padamu sang suri tauladanku Nabi Muhammad SAW. Kuharap syafa'atmu di penghujung hari nanti.

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan do'anya kepada saya. Tidak mungkin saya dapat menyelesaikan tanpa senyum yang selalu membuat saya segera menyelesaikan penelitian ini.
2. Sahabat-sahabat saya dan teman-teman seperjuanganku yang tidak dapat kusebutkan satu persatu.
3. Civitas Akademika dan Almamaterku IAIN Kediri.
4. Dosen Pembimbing skripsi dan dosen mata kuliah yang pernah saya tempuh selama belajar di kampus.

ABSTRAK

MUHAMMAD RIZAL WIJAYANTO, Dosen Pembimbing Achmad Munif, SE., MM., dan Dr. Yuliani, SE., MM., Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedap Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci : *Promosi, Keputusan Pembelian, Mahasiswa Ekonomi Syariah*

Perusahaan tetap dapat bersaing dipasaran jika dalam mengeluarkan produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya karena kualitas dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Sedaap pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini termasuk penelitian yang meneliti pengaruh hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan berdasarkan data, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah 147 Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Penelitian ini menggunakan 108 responden yang dijadikan sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, analisis data menggunakan metode regresi linier sederhana dan analisis korelasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variable promosi dan keputusan pada produk Mie Sedaap pada Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri tergolong cukup baik. Dari hasil promosi yang telah dilakukan pada produk perusahaan Mie Sedaap mengalami pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Diperoleh nilai Fhitung = 26,582 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Kemudian nilai Fhitung akan dibandingkan dengan nilai Ftabel pada taraf 5% (df=1, 108= 3.89). Berdasarkan hasil uji F hitung diatas, hasil Fhitung menunjukkan angka yang lebih besar dari Ftabel (26,582 > 3.89). Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (r square) menunjukkan nilai 0,317, hal tersebut menyatakan bahwa promosi menyumbang pengaruh sebesar 31,7% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 68,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, kami panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kami menyampaikan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu kami dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihah, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syukur, Lc., MEI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Achmad Munif, SE. MM dan Dr. Yuliani, MM yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Beserta staf, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga kami bisa menyelesaikan studi.
6. Kedua orang tuaku dan keluargaku yang selalu memberikan semangat dan doa serta penuh pengertian selama kami menyelesaikan studi.
7. Teman-teman mahasiswa di IAIN Kediri dan berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moril sehingga kami dapat menyelesaikan studi.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin

Kediri, 22 Juli 2022



Muhammad Rizal Wijayanto
NIM. 9.313.578.15

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
NOTA DINAS.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
A. Promosi.....	16
B. Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2.1.....	22
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Rancangan Penelitian.....	30
B. Definisi Operasional.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Jenis dan Sumber Data.....	34
E. Metode Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	35
G. Analisis Data.....	36
BAB IV.....	45
HASIL PENELITIAN.....	45
A. Deskripsi Responden.....	45
B. Deskripsi Data.....	46
C. Uji Asumsi Klasik.....	52
BAB V.....	58
PEMBAHASAN.....	58

A. Promosi Produk Mie Sedaap pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri	58
B. Tingkat Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.....	60
C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri	62
BAB VI	66
PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	75
Lampiran 3 Dokumentasi.....	76
Lampiran 4 Daftar Konsultasi	78
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Komponen Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Proses Pembelian	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Mie Instan di Indonesia tahun 2021.....	2
Tabel 1.2 Daftar Harga Mie Instan per Bungkus Tahun 2021.....	3
Tabel 1.3 Laporan Penjualan Mie Sedaap Tahun 2019 – 2021.....	4
Tabel 1.4 Konsumsi Makanan Cepat Saji Seperti Mie Instan Favorit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.....	5
Tabel 1.5 Pelanggan Konsumsi Makanan Cepat Saji Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018.....	6
Tabel 1.6 Alasan Konsumen Memilih Produk <i>Mie Sedaap</i>	7
Tabel 3.1 Operasional Variabel X dan Y.....	30
Tabel 3.2 Interpretasi nilai r <i>Product Moment</i>	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Hasil Validitas Angket Promosi.....	45
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Angket Promosi	46
Tabel 4.5 Hasil Validitas Angket Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Angket Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.7 Deskriptif statistik Promosi	47
Tabel 4.8 Kategorisasi untuk Variabel X	48
Tabel 4.9 Deskriptif statistik Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.10 Kategorisasi untuk Variabel Y.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas.....	51
Tabel 4.14 Korelasi Promosi dan Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Sederhana	53
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Regresi Sederhana	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	75
Lampiran 3 Dokumentasi.....	78
Lampiran 4 Daftar Konsultasi.....	78
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	80