

PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS

MERK EIGER

(Studi pada Toko Outdoor Mahapena Kediri)

PROPOSAL SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Di susun oleh:

Marva Tsaltsa Billa

9.313.192.16

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

TAS MERK EIGER

(Studi Pada Toko Outdoor Mahapena Desa Kampung Inggris Kec. Pelem Kab. Kediri)

MARVA TSAL TSA BILLA

9.313.192.16

Disetujui oleh:

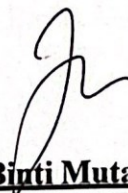
Pembimbing I



Dr. Hj. Zuraidah, M.Si

NIP: 19720412 200604 2 001

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, MEI

NIDN. 2104108403

NOTA DINAS

Lampiran : 03 Juli Kediri, 2023

Hal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Marva Tsaltsa Billa

NIM : 931319216

Judul : “Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger (Studi Kasus Toko Mahapena Kampung Inggris Pare)”.

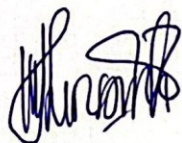
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Zuraidah, M.Si

NIP: 19720412 200604 2 001

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, MEI

NIDN. 2104108403

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) berkas Kediri,

Hal : **Penyerahan Skripsi**

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo

Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Marva Tsaltsa Billa

NIM : 931319216

Judul : "Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger (Studi Kasus Toko Mahapena Kampung Inggris Pare)"

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah pada tanggal 03 Juni 2023, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Zuraidah, M.Si

NIP: 19720412 200604 2 001

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, MEI

NIDN: 2104108403

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI LAYANAN PADA TOKO SUMBER MAKMUR PASAR PAHING
KOTA KEDIRI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Marva Tsaltsa Billa

NIM 931319216

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
pada tanggal

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Andriani, SE., MM
NIP. 19730113 200312 2 001


(.....)

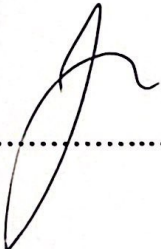
2. Penguji I

Dr. Hj. Zuraidah, M.Si
NIP. 19720412 200604 2 001


(.....)

3. Penguji II

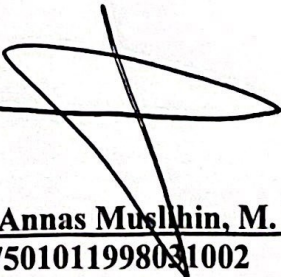
Dr. Binti Mutafarida, MEI
NIDN. 2104208403


(.....)

Kediri,

2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



H. Imam Annas Muslih, M. HI
NIP. 197501011998031002



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Marva Tsaltsa B

NIM 931319216

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Islam E-mail address: marvatb25@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah: Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas (Studi Toko Mahpena Pelem Kab Kediri)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri,

Penulis

Marva T B

MOTTO

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا ۗ قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنَ اللَّهْوِ وَمِنَ
التَّجَارَةِ ۗ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّزَاقِينَ

*Wa izā ra`au tijāratān au lahwāninfaddū ilaihā wa tarakūka qā`imā, qul mā 'indallāhi
khairum minal-lahwi wa minat-tijārah, wallāhu khairur-rāziqīn*

“Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik Pemberi rezeki.” (QS. Al-Jumuaḥ Ayat 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Puji syukur kehadirat Allah SWT atas karunianya saya bisa memiliki kekuatan untuk menyusun skripsi ini, serta shalawat salam teruntuk Baginda Rasulullah Muhammad SAW atas do'anya untuk ummatnya sehingga saya memiliki tekad dan harapan bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Terimakasih sebesar-besarnya teruntuk kedua orangtua saya. Ayah saya tersayang Muhammad Didik dan Almarhumah Ibu saya tercinta Brigid Lailatul, dan adik saya Fairuz Abadi yang telah memberikan dukungan dan do'a tulus untuk kelancaran studi dan kehidupan saya.
3. Terimakasih yang mendalam tak lupa saya ucapkan untuk kedua pembimbing saya yakni Ibu Dr. Hj.Zuraidah, M.si dan Ibu Dr. Binti Nurfarida, MEI. yang telah dengan sabar membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Teruntuk Mahapena Kampung Inggris Pare , saya ucapkan terimakasih karena telah berkenan untuk bekerjasama demi kelancaran penelitian ini.
5. Tak lupa terimakasih untuk sahabat-sahabat yang selalu mendukung saya sepenuhnya Anir, Nissin, Ulfariya, Riczi, Nihayah, Fandi, Fauzi, dan teman lainnya tanpa kalian tidak akan ada cerita masa kuliah yang menyenangkan.
6. Teruntuk teman-teman Ekonomi Syariah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas segala bantuan kalian selama saya berkuliah di IAIN Kediri.
7. Tak lupa saya ucapkan terimakasih untuk semua orang yang telah mendukung memotivasi, serta mendo'akan, semoga Allah membalas kebaikan kalian.
8. Terimakasih juga saya ucapkan kepada *Boy Group* Korea yang selalu menjadi motivasi hidup saya. Dan yang selalu menemani saya *Bangtan Seonyendan* atau BTS. Pesan positif yang kalian berikan melalui lagu selalu menyentuh hati dan memberikan

semangat kepada saya. Sehingga saya mendapatkan dorongan untuk terus berjuang menyelesaikan kewajiban saya. Selain itu, konten yang kalian berikan sangat membantu dalam mengelola stress saya.

9. Terakhir, terimakasih ku ucapkan kepada diriku sendiri yang tak pernah memutuskan untuk menyerah dalam perjuangan ini, terimakasih telah percaya bahwa kau mampu menyelesaikan ini semua.

ABSTRAK

Marva Tsaltsa Billa, Dosen Pembimbing Dr.Hj. Zuraidah, Msi dan Dr. Binti Mutafarida, MEI : Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri Tahun 2022.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan konsumen. fungsi promosi sendiri untuk menarik konsumen mengatui produk dan merk yang mudah dikenali oleh konsumen di berbagai tempat distribusi dan rangkaian pembelian. Sedangkan Keputusan Pembelian adalah proses suatu tahapan dalam pengambilan keputusan, disaat itu juga para konsumen yakin untuk membeli produk tersebut. Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk, promosi keputusan pembelian serta pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Tas merk Eiger di Toko Mahapena Outdoor Kampung Inggris Pare.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Mahapena Outdoor. Sampel penelitian berjumlah 349 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan angket dan analisis data menggunakan metode regresi linier sederhana dan analisis korelasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Produk (X_1), termasuk dalam kategori cukup, variable promosi (X_2) dalam kategori cukup dan variabel keputusan pembelian (Y) juga dalam kategori cukup. Dari hasil perhitungan korelasi menunjukkan bahwa nilai r sebesar 0,652 yang berarti berkorelasi kuat. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = 7,534 + 0,273x_1 + 0,680x_2$. Adapun hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger (Studi Kasus Toko Mahapena Kampung Inggris Pare)”. Penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat baik di dunia maupun akhirat.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk dan suri tauladan kepada kita dengan ajaran yang dibawanya yaitu Agama Islam.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nuril Hidayati, M.SA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak dan Ibu dosen serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Dr. Hj. Zuraidah, M.si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Binti Mutafarida, MEI. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua Orang tua dan segenap keluarga yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis.


7. Kawan-kawan seperjuangan di IAIN Kediri serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang membantu dan mendo'akan akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberikan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Amin.

Kediri, 03 Juni 2023

Penulis



Marva Tsaltsa Billa.

NIM. 931319216

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	
.....	vii
i	
DAFTAR ISI	
.....	Er
ror! Bookmark not defined.	
BAB I PENDAHULUAN	16
A. Latar Belakang	16
B. Rumusan Masalah.....	24
C. Tujuan Penelitian	25
D. Manfaat penelitian	25
E. Telaah Pustaka	26
F. Hipotesis Penelitian	29
BAB II LANDASAN TEORI.....	30
A. Produk.....	30
B. Promosi	30
C. Keputusan Pembelian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Populasi.....	34
D. Variabel Penelitian.....	35
E. Sumber Data.....	37
F. Instrumen Penelitian Data.....	38
G. Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48

B. Deskripsi Responden	49
C. Deskripsi Data.....	
D. Analisis Data.....	
E. Uji Asumsi Klasik.....	61
F. Uji Hipotesis	69
BAB V PEMBAHASAN	75
A. Produk Tas Merk Eiger di Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare.....	75
B. Promosi Tas Merk Eiger di Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare.	77
C. Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger pada Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare. 81	
D. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger di Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare.....	87
E. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger di Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare.....	88
F. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Eiger di Mahapena Outdoor Kampung Inggris, Pare.....	88
BAB VI PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
DAFTAR LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Artventure Outdoor, Kaki Indonesia Advanture, Mahapena Advanture Store.....	16
Tabel 1.2 Rata – Rata Pengunjung Perhari Di Artventure Outdoor, Kaki Indonesia, Dan Mahapena Advanture.....	18
Tabel 1.3 Alasan Pengunjung Memilih Mahapena Outdoor	19
Tabel 1.4 Alasan Pengunjung Memilih Produk Mahapena Outdoor	20
Tabel 1.5 Merk Produk Mahapena Outdoor.....	21
Tabel 3.1 Indikator Produk.....	33
Tabel 3.2 Indikator Promosi	34
Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian produk Tas eiger	35
Tabel 3.4 Scoring jawaban	37
Tabel 4.1 Jumlah Responden menurut Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Produk.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Produk (X1) Sebelum Uji Coba	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Produk (X1) Setelah Uji Coba.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Promosi (X2) Sebelum Uji Coba.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Promosi (X2) Setelah Uji Coba.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Instrumen Keputusan Pembelian (Y) Sebelum Uji Coba	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Instrumen Keputusan Pembelian (Y) Setelah Uji Coba	55
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Produk, Promosi Dan Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Produk (X1).....	57
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X2).....	57
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.18 Analisis Korelasi Pearson.....	65
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji F	68

Tabel 4.21 Hasil Uji F	69
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panel Pertanyaan Responden	98
Lampiran 2 Tabulasi data Skor Responden.....	101
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	133
Lampiran 4 Output Uji Validitas.....	134
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	139
Lampiran 6 Deskripsi Variabel Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.....	140
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas dan Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	142
Lampiran 8 Hasil Uji Autokorelasi, Hasil Uji Korelasi Berganda	143
Lampiran 9 Hasil Uji F, Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi	144