

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOISTURIZER SKINTIFIC
(Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

HEPI DWI LESTARI

NIM. 20401072

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

2024

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOISTURIZER SKINTIFIC
(Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh :

Hepi Dwi Lestari

NIM. 20401072

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOISTURIZER SKINTIFIC (STUDI PADA SISWI JURUSAN TATA
KECANTIKAN SMKN 3 KOTA KEDIRI)**

Oleh:

HEPI DWI LESTARI

20401072

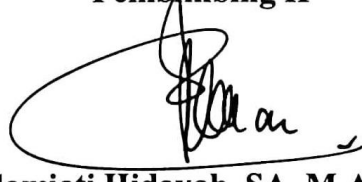
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Andriani, M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Islamiati Hidayah, SA, M.Akun.
NIP. 19890305 202012 2 014

NOTA DINAS

Kediri, 05 Mei 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Hepi Dwi Lestari
NIM : 20401072
Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)

Selesai 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.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Islamiati Hidayah, SA, M.Akun.
NIP. 19890305 202012 2 014

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 Juni 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswi:

Nama : Hepi Dwi Lestari
NIM : 20401072
Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Moisturizer Skintific (Studi pada Siswi Jurusan Tata
Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Islamiati Hidayah, SA, M.Akun.
NIP. 19890305 202012 2 014

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOISTURIZER SKINTIFIC
(Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)**

**HEPI DWI LESTARI
20401072**


Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 27 Juni 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Hj. Zuraidah, M.Si

NIP. 19720412 200604 2 001


(.....)

2. Penguji I

Dr. Andriani, M.M.

NIP. 19730113 200312 2 001


(.....)

3. Penguji II

Nilna Fauza, MHI

NIP. 19861024 201503 2 003


(.....)

Kediri, 11 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I.

NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 95:5)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillah.. Alhamdulillah, dengan rasa puji syukur terhadap Allah SWT yang senantiasa memberikan petunjuk, jalan, dan kelancaran dalam proses penyelesaian skripsi yang penuh perjuangan ini. Dengan kerendahan hati penulis mempersembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Cinta pertama serta panutanku, ayahanda Alm. Mahmudi dan pintu surgaku, ibunda Sumilah. Meskipun beliau belum sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan namun beliau dengan ikhlas dan sabar mampu mendidik penulis, memotivasi, serta mendoakan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana. Dan juga untuk sumber inspirasiku, Mas Hadi Prasetya Utomo yang telah memberikan kontribusi materil dalam penyelesaian studi ini.
2. Ibu dosen pembimbing, Ibu Dr. Andriani, M.M. dan Ibu Islamiati Hidayah SA, M.Akun. yang selalu dengan sabar dan ikhlas membimbing serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Jasamu tak akan pernah kulupakan.
3. Dosen-dosen penulis yang telah memberikan segudang ilmu, motivasi serta pengalam berharga bagi penulis.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis, Ulva Issmatul, Febri Zulia, Fransiska Novia, serta Kenia Zulqi yang telah menemani penulis dari masuk kuliah dan dengan sukarela memotivasi serta menjadi teman “wira wiri” dalam melakukan penelitian dan mencari inspirasi.

5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 prodi Ekonomi Syariah yang telah menemani perjuangan penulis selama menempuh pendidikan ini. Penulis ucapkan terimakasih banyak, semoga skripsi dan ilmu yang diperoleh bermanfaat dan kita diberi kesuksesan dan keberkahan. Aamiin.
6. Terakhir terimakasih untuk diriku sendiri yang telah mampu berjuang keras sampai sejauh ini.

ABSTRAK

LESTARI, HEPI DWI. Dosen Pembimbing Dr. Andriani, M.M. dan Islamiati Hidayah, SA, M.Akun. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.2024.

Kata Kunci: Promosi, Keputusan Pembelian, Skintific

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana merupakan cara menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai berkaitan dengan produk atau *brand* yang dijual. Keputusan pembelian adalah penyeleksian atas merek-merek dari berbagai pilihan yang selanjutnya timbul niat untuk membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi moisturizer skintific pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri, untuk mengetahui keputusan pembelian moisturizer skintific pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri, dan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian moisturizer skintific pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dengan populasi yaitu siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri yang menggunakan moisturizer skintific sejumlah 114 siswi. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *sampling jenuh* sehingga diperoleh sampel sebanyak 114 siswi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengolahan pada SPSS 25 variabel promosi (X) pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri dinyatakan dengan kategori baik dengan persentase 67,5%. Variabel keputusan pembelian (Y) pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri dinyatakan dengan kategori baik dengan persentase 72,5%. Hubungan antara promosi (X) terhadap keputusan pembelian (Y) moisturizer skintific pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri yaitu kuat dengan angka 0,739. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel promosi (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai koefisien determinasi (R^2) diketahui sebesar 0,547 yang artinya sebesar 54,7% variabel keputusan pembelian pada siswi jurusan tata kecantikan SMKN 3 Kota Kediri dipengaruhi oleh promosi, serta sisanya 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti produk, harga, dan lokasi.

KATA PENGANTAR

Segala rasa puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific (Studi Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri)” guna memenuhi prasyarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Kediri.

Penulis menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan teruntuk kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Andriani M.M. dan Ibu Islamiati Hidayah M.Akun selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan tenaga, waktu dan pikiran dengan memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri yang telah memberikan segudang ilmu kepada penulis.

6. Ayah, Ibuku, Kakak serta seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan dan motivasi penulis selama menyelesaikan studi.
7. Bapak Eko Wahyu Listiono, M.Pd, selaku Kepala Sekolah SMKN 3 Kota Kediri yang telah memberikan izin penelitian.
8. Seluruh siswi jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri yang sudah membantu dalam pengumpulan data.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semua yang telah bersedia membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih dan mendoakan semoga seluruh amal yang diberikan kepada penulis ini diterima dan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga dengan hati yang lapang dan tangan terbuka penulis bersedia menerima kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk memperluas wawasan bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

Kediri, 05 Mei 2024

Penulis,

Hepi Dwi Lestari
20401072

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Telaah Pustaka	12
F. Hipotesis Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
B. Promosi	18
1. Definisi Promosi	18
2. Indikator Promosi.....	19
C. Keputusan Pembelian.....	20
1. Definisi Keputusan Pembelian.....	20

2. Keputusan Pembelian Dalam Islam	20
3. Indikator Keputusan Pembelian	21
4. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
D. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Rancangan Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel.....	24
C. Populasi dan Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Metode Pengumpulan Data.....	27
F. Instrumen Penelitian	27
G. Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
1. Gambaran Umum Skintific	36
2. Gambaran Umum SMKN 3 Kota Kediri	38
B. Analisis Data.....	40
1. Uji Instrumen	41
2. Analisis Deskriptif	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	50
4. Pengujian Hipotesis	55
BAB V PEMBAHASAN	62
A. Promosi Moisturizer Skintific Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri	62
B. Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri.....	67
C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Skintific Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri.....	73
BAB VI PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data SMK Negeri 3 Kota Kediri.....	5
Tabel 1.2 Data Jumlah Siswi Jurusan Tata Kecantikan	7
Tabel 1.3 Daftar Pemakaian Produk Perawatan Wajah Pada Siswi Kelas X,XI,XII Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri	8
Tabel 1.4 Daftar Pengguna Produk Skintific Pada Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri.....	9
Tabel 1.5 Alasan Keputusan Siswi Jurusan Tata Kecantikan SMKN 3 Kota Kediri Membeli Produk Skintific	10
Tabel 3.1 Indikator Variabel X	25
Tabel 3.2 Indikator Variabel Y	25
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X).....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X) Sebelum Uji Coba.....	44
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X) Setelah Uji Coba	44
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Sebelum Uji Coba	45
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Setelah Uji Coba.....	45
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Kuesioner Variabel Promosi (X) dan Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan SPSS 25.....	48
Tabel 4.9 Kategorisasi Variabel Promosi (X).....	49
Tabel 4.10 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.14 Interpretasi Korelasi <i>Product Moment</i>	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi.....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	57

Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi.....	61
Tabel 5.1 Kategorisasi Indikator Tingkat Daya Tarik	63
Tabel 5.2 Kategorisasi Indikator Optimalisasi Keingintahuan	64
Tabel 5.3 Kategorisasi Indikator Tingkat Komitmen	65
Tabel 5.4 Kategorisasi Indikator Tingkat Afinitas.....	66
Tabel 5.5 Kategorisasi Indikator Pengenalan Kebutuhan	68
Tabel 5.6 Kategorisasi Indikator Pencarian Informasi.....	69
Tabel 5.7 Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif.....	70
Tabel 5.8 Kategorisasi Indikator Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 5.9 Kategorisasi Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aktif Media Sosial 2023.....	4
Gambar 1.2 Aplikasi Paling Banyak Diunduh 2023.....	4
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabel Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%
- Lampiran 3 Tabel Durbin Watson (DW)
- Lampiran 4 Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y
- Lampiran 5 Tabulasi Skor Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X dan Y
- Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Responden Variabel X dan Y
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 9 Dokumentasi