

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH  
“MODAL USAHA BAROKAH”  
(Studi Kasus pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri )**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

**ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI**

**NIM 9.313.277.14**

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

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH  
PEMBIAYAAN MURABAHAH "MODAL USAHA BAROKAH"  
(Studi Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri)**

**ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI**

**9.313.277.14**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

**NOTA DINAS**

Kediri, 03 Oktober 2019

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI  
NIM : 9.313.277.14  
Judul : PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH PEMBIAYAAN  
MURABAHAH "MODAL USAHA BAROKAH"  
(Studi pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing  
Kediri)

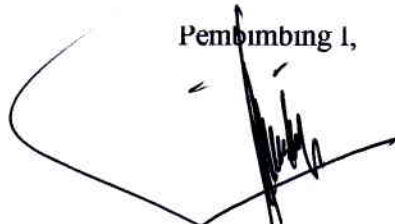
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

**NOTA PEMBIMBING**

Kediri, 28 Oktober 2019

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI

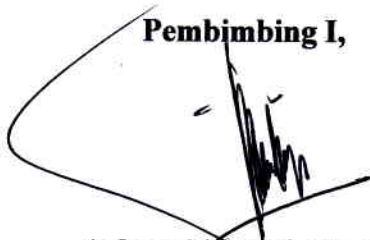
NIM : 9.313.277.14

Judul : PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH  
"MODAL USAHA BAROKAH" (Studi Pada BMT UGT  
Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2019, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I,**



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

**Pembimbing II,**



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

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH  
PEMBIAYAAN MURABAHAH “MODAL USAHA BAROKAH”  
(Studi pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri)**

**ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI  
NIM. 9.313.277.14**

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 21 Oktober 2019

Tim Penguji

1. Penguji Utama

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

(.....)

2. Penguji I

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

(.....)

3. Penguji II

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

(.....)

Kediri, 21 Oktober 2019  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

**Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI**  
**NIP. 19750101 199803 1 002**

## *MOTTO*

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ....

*“Dan mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) sholat...” (QS. Al-Baqarah (2): 45)*

## ABSTRAK

ELI SRI DYAH IKA NUR APRILIANI, Dosen Pembimbing Ahmad Munif, SE.MM dan Dr.Hj Zuraidah. M.Si “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah Modal Usaha Barokah Studi pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2019.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi dan keputusan memilih pembiayaan murabahah.

Lokasi dan promosi sangatlah penting bagi sebuah perusahaan maupun sebuah lembaga. Karena tempat yang strategis mampu menarik konsumen. Konsumen lebih dominan menyukai tempat yang dekat dengan tempat usaha mereka maupun yang mudah dijangkau oleh mereka. Dan promosi sebagai media informasi bagi masyarakat untuk mengetahui tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau lembaga sehingga konsumen merasa tertarik dan mau membeli produk atau jasa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel lokasi dan promosi terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah “Modal Usaha Barokah” pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri. Metode yang digunakan kuantitatif, instrumen dalam penelitian ini berupa angket yang diberikan kepada responden. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini pedagang di Pasar Pahing yang melakukan pembiayaan murabahah “Modal Usaha Barokah” di BMT UGT Sidogiri Kediri sebanyak 150 orang (responden). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *sampling* jenuh. Data diolah menggunakan analisis deskriptif data, uji validitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi terbentuk adalah  $Y = 10,314 + 0,623 X_1 + 0,268 X_2$ . Jika lokasi mengalami peningkatan satu satuan maka keputusan pedagang akan naik sebesar 0,623 dan Jika promosi mengalami peningkatan satu satuan maka keputusan pedagang akan naik sebesar 0,268. Menurut hasil uji T diketahui bahwa nilai signifikan t ( $0,000 < 0,05$ ) dengan hasil  $t_{hitung} = 13,286 > t_{tabel} = 1,65882$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a1$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel lokasi ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pedagang (Y). Dan diketahui bahwa nilai signifikan t ( $0,000 < 0,05$ ) dengan hasil  $t_{hitung} = 5,070 > t_{tabel} = 1,65882$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a2$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel promosi ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan pedagang (Y). Berdasarkan uji signifikansi R *Square* yang telah dilakukan. Hasilnya, promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pedagang di Pasar Pahing dalam memilih pembiayaan murabahah sebesar 0,794 atau 79,4%. Sehingga diperoleh hasil bahwa sebesar 79,4% keputusan pedagang dipengaruhi oleh variabel lokasi dan promosi, sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga dan produk.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat Taufiq, dan Hidayahnya, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Shawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan pada Nabi Muhammad SAW, Nabi dari semua Nabi, dan pembawa kesempurnaan yakni agama Islam.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah Modal Usaha Barokah (Studi Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pasar Pahing Kediri)” penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Ucapan terimakasih terutama penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Chamid,MM selaku Rektor IAIN Kediri
2. Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Ahmad Syakur, LC.,M.EI selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.



5. Achmad Munif, SE. MM dan Dr.Hj. Zuraidah, M.Si dan selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.
6. Pimpinan BMT UGT Sidogiri Kediri yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian untuk terselesainya tugas akhir ini, serta seluruh responden yang bersedia membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena itulah penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberikan masukan serta saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Namun demikian, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk siapa saja yang membutuhkan.

Kediri, 2 Oktober 2019  
Penulis

**Eli Sri Dyah Ika Nur Apriliani**  
**NIM: 9313127714**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	11
E. Hipotesis Penelitian .....	12
F. Penegasan Istilah .....	13
G. Telaah Pustaka.....	13

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran.....	16
B. Bauran Pemasaran .....	17
C. Lokasi .....	18
D. Promosi .....	25
E. Keputusan Pembelian .....	31
F. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	36
G. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	37

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian .....	38
B. Lokasi Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Variabel Penelitian .....	40
E. Definisi Operasional.....	41
F. Sumber Data .....	44
G. Metode Pengumpulan Data.....	45
H. Instrumen Penelitian.....	45
I. Analisis Data .....	46

## BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum BMT UGT Sidogiri.....	58
B. Pengujian Hipotesis .....	66

## BAB V PEMBAHASAN

A. Lokasi BMT UGT Sidogiri Menurut Pedagang di Pasar Pahing .....	90
B. Promosi BMT UGT Sidogiri Menurut Pedagang di Pasar Pahing.....	93

C. Keputusan Pedagang di Pasar Pahing memilih Pembiayaan Murabahah “Modal Usaha Barokah” di BMT UGT Sidogiri Kediri .....	97
D. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah “Modal Usaha Barokah” di BMT UGT Sidogiri Kediri .....	101
E. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah “Modal Usaha Barokah” di BMT UGT Sidogiri Kediri .....	103
F. Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah “Modal Usaha Barokah” di BMT UGT Sidogiri Kediri .....	104

## BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	108
B. Saran .....	109

DAFTAR PUSTAKA .....	111
----------------------	-----

## LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan BMT Sidogiri dan BMT Beringharjo .....	5
Tabel 1.2	Perkembangan Jumlah Nasabah BMT Sidogiri Kediri .....	6
Tabel 1.3	Produk Pembiayaan di BMT Sidogiri Kediri .....	7
Tabel 1.4	Alasan Pedagang di Pasar Pahing memilih BMT Sidogiri Kediri ..	8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel X1 .....	38
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel X2 .....	39
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Y .....	40
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Nilai <i>r Product Moment</i> .....	49
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Lokasi (X1) .....	62
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X2) .....	63
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pedagang (Y) .....	64
Tabel 4.4	Hasil Uji Realibitas Instrumen Lokasi Sebelum Uji coba .....	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Realibitas Instrumen Lokasi Setelah Uji coba .....	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Realibitas Instrumen Promosi Sebelum Uji Coba .....	66
Tabel 4.7	Hasil Uji Realibitas Instrumen Promosi Setelah Uji Coba .....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibitas Instrumen Keputusan Pedagang Sebelum Uji Coba .....	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibitas Instrumen Keputusan Pedagang Sesudah Uji Coba .....	67
Tabel 4.10	Deskripsi Data Variabel Lokasi, Promosi dan Keputusan Pedagang .....	68
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi .....	70
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Variabel Promosi .....	70
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pedagang .....	71
Tabel 4.14	Analisis Statistik .....	72
Tabel 4.15	Uji Multikolinieritas .....	75
Tabel 4.16	Uji Autokorelasi .....	76
Tabel 4.17	Analisis Korelasi Pearson .....	77
Tabel 4.18	Korelasi Berganda .....	79
Tabel 4.19	Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
Tabel 4.20	Uji Statistik F .....	82
Tabel 4.21	Uji t .....	83
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi .....	84

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri.....	57
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi

Lampiran 3 Hasil Uji Statistik

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 6 Daftar konsultasi

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup