

PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

DIAMONDS DI MOBILE LEGENDS: BANG BANG

(Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)

SKRIPSI



OLEH

MOHAMAD ZAINAL ILMI

NIM. 20401136

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI

2025

PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

DIAMONDS DI MOBILE LEGENDS: BANG BANG

(Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

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

OLEH

MOHAMAD ZAINAL ILMI

NIM. 20401136

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

DIAMONDS DI MOBILE LEGENDS: BANG BANG

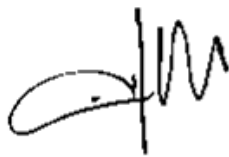
(Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)

Ditulis oleh:

Mohamad Zainal Ilmi

NIM.20401136

Pembimbing I



Mundhori, M.E.
NIP.198702222019031004

Pembimbing II



Erni Zulfia Ayini, S.T., M.M.
NIP.199301022020122023

NOTA DINAS

Kediri, 03 Oktober 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
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

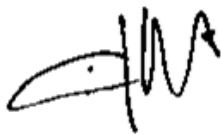
Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mohamad Zainal Ilmi
NIM : 20401136
Judul : Pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian *Diamonds* di *Mobile Legends: Bang Bang* (Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa 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 segera diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Mundhori, M.E.
NIP.198702222019031004

Pembimbing II



Erni Zulfia Arini, S.T., M.M.
NIP.199801022020122023

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 03 Oktober 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
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 : Mohamad Zainal Ilmi
NIM : 20401136
Judul : Pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian *Diamonds* di *Mobile Legends: Bang Bang* (Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah. Kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Mundhori, M.E.
NIP.198702222019031004

Pembimbing II



Erni Zulfa Arini, S.T., M.M.
NIP.199301022020122023

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*DIAMONDS DI MOBILE LEGENDS: BANG BANG***

(Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)

MOHAMAD ZAINAL ILMI

NIM. 20401136

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri Kediri
pada tanggal 10 Oktober 2024

Tim Penguji

1. Penguji Utama

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

()

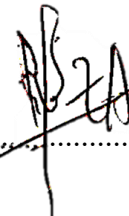
2. Penguji 1

Mundhori, M.E.
NIP.19870222 201903 1 004

()

3. Penguji 2

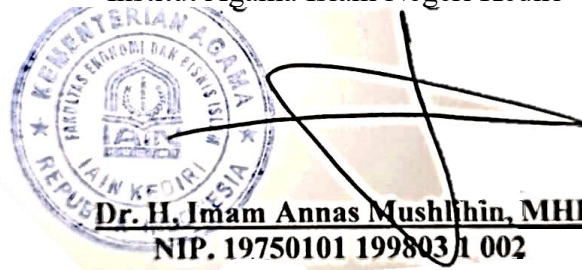
Erni Zulfa Arini, S.T., M.M.
NIP.19930102 202012 2 023

()

Kediri, 23 Januari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Kediri

()

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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohamad Zainal Ilmi

NIM : 20401136

Jurusan/Program Studi: Ekonomi Syariah

Fakultas/Program : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik Sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik Sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 3 Desember 2024

Yang membuat pernyataan

(Mohamad Zainal Ilmi)

MOTTO

”إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ ﴿٨٢﴾”

“Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.(Q.S. Yaasin: 82)”

”إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَىٰ”

“Sesungguhnya setiap perbuatan tergantung niatnya. Dan sesungguhnya setiap orang (akan dibalas) berdasarkan apa yang dia niatkan.”

“Remember, with great power comes great responsibility.”

---Paman Ben Parker---

(Spider-Man)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucap syukur kepada Allah Swt. yang telah menciptakan seluruh alam dan seisinya dengan berbagai peristiwa besar dari awal sampai akhir juga dapat kita nikmati manfaat darinya sehingga terbuatlah skripsi ini dalam keadaan aman dan sentosa. Sholawat serta salam tak lupa terucapkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW atas segala perjuangannya dalam membumikan ajaran yang sempurna, yakni Agama Islam sehingga terciptanya alasan terhadap terbuatnya skripsi ini. Tak lupa ucapan banyak terima kasih diberikan kepada beberapa pihak terkait yang ikut serta atas terbentuknya karya skripsi ini:

1. Kepada kedua orang tua saya, Bapak H. M Sugeng dan Ibu Hj. Khoirurobiki yang selalu memberikan semangat dan motivasi berlebih kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini. Dorongan dan doa yang terus teruntai di sepanjang malamnya untukku. Kini satu per-satu doa itu telah dikabulkan oleh-Nya.
2. Teruntuk dosen pembimbing, Bapak Mundhori, M.E. dan Ibu Erni Zulfa Arini, S.T., M.M. yang dengan sabar selalu memberikan masukan yang sangat berarti untuk segera terselesaikannya skripsi ini.
3. Untuk kakak pertama, putra mahkota Yang Mulia Pangeran M. Khoirul Anam yang selalu memberikan petuah dan nasihat kepada adiknya yang malas juga tidak punya daya serta memiliki pemikiran yang sulit dikatakan cerdas sehingga termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
4. Untuk salah satu teman saya yang menjadi motivasi hingga kini dengan melihat pancaran wajahnya meskipun hanya lewat di pikiran semata dapat membangkitkan semangat, menghidupkan tekad, serta menumbuhkan rasa kreatif dan inovasi dalam

menyusun skripsi saya namun terdapat sedikit kekecewaan karena keterlambatan dalam penyusunan.

5. Teman-teman satu angkatan, yaitu angkatan 2020 yang selalu mewarnai kehidupan perkuliahan dari awal sampai akhir sehingga dapat menjadikan semangat, motivasi dan inspirasi bagi peneliti untuk menulis skripsi ini.
6. Beberapa Mahasiswa angkatan 2019 yang bersedia menemani saya di saat membutuhkan inspirasi, memberikan pelajaran hidup, dan membutuhkan teman bermain.
7. pengisi kuesioner yang bersedia mengisi kuesioner saya. Tanpamu, skripsi ini tidak bisa selesai.
8. Beberapa pihak yang tidak dapat saya sebutkan tanpa mengurangi rasa terima kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Yang Maha Esa yang selalu memberikan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya pada setiap makhluk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “Pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian *Diamonds* di *Mobile Legends: Bang Bang* (Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri)”. Shalawat serta salam kepada kekasih Allah, contoh kepada seluruh umat muslim Nabi Besar Muhammad SAW., serta seluruh keluarga, sahabat, dan pengikutnya sampai berakhirnya zaman. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam terselesainya penelitian ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Bapak Dr. Annas Mushlihin, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Mundhori, M.E. dan Ibu Erni Zulfa Arini, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan masukan, bimbingan, dan juga motivasi kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan staff IAIN Kediri, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan juga pelayanan ilmiahnya.
5. seluruh keluarga yang tidak dapat disebutkan satu-per-satu yang selalu mendorong dan memberikanku dukungan sejauh ini.

6. Teman baik dan seluruh rekan seperjuangan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2020 serta pihak-pihak lain yang tidak disebutkan penulis atas bantuan dan doa akan penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan akan kebaikan kepada seluruh pihak dan juga pahala berlipat ganda dari-Nya, semoga karya ilmiah ini mampu memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya, Amin.

Kediri, 03 Desember 2024

Penulis

Mohamad Zainal Ilmi
20401136

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Hipotesis Penelitian.....	12
F. Penelitian Terdahulu	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Bauran Pemasaran	20
B. Konsep Promosi	22
C. Sales Promotion	23
D. Keputusan Pembelian.....	26
E. Hubungan antara <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	33
B. Kerangka Penelitian	33

C. Variabel Penelitian	34
D. Definisi Operasional.....	34
E. Populasi dan sampel.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Instrumen Penelitian.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Profil Responden.....	47
C. Deskripsi Data	48
1. Uji validitas dan Reliabilitas	48
2. Analisis Data	50
3. Asumsi klasik	52
4. Uji Hipotesis.....	56

BAB V PEMBAHASAN

A. Sales Promotion di Mobile Legends: Bang Bang	61
B. Keputusan Pembelian Mahasiswa IAIN Kediri pada Pembelian <i>Diamonds</i> di <i>Mobile Legends: Bang Bang</i>	67
C. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa IAIN Kediri pada Pembelian <i>Diamonds</i> di <i>Mobile Legends: Bang Bang</i>	73

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	83
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Rincian Event yang Diadakan Mobile Legends: Bang Bang dalam Enam Bulan Terakhir	6
Tabel 1.2: Jumlah Mahasiswa yang Berkuliah di Kota Kediri pada Tahun 2023	8
Tabel 1.3 : Perbandingan antara Komunitas Olahraga	8
Tabel 1.4: Hasil Observasi Faktor Bauran Pemasaran	9
Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel Bebas	35
Tabel 3.2: Definisi Operasional Variabel Terikat	35
Tabel 4.1: Karakteristik berdasarkan Fakultas	47
Tabel 4.2: Hasil Uji Validitas Angket <i>Sales Promotion</i>	48
Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian yang Valid	49
Tabel 4.5: Uji Reliabilitas Angket <i>Sales Pomotion</i>	50
Tabel 4.6: Uji Reliabilitas Angket Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.7: Hasil Pengujian Deskriptif	50
Tabel 4.8: Distribusi Frekuensi Variabel <i>Sales Promotion</i>	51
Tabel 4.9: Kategori untuk Variabel Y Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.10: Analisis Deskripsi Rata-Rata, Nilai Tengah, dan <i>Skewness</i>	52
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Auto Korelasi	53
Tabel 4.12: Hasil Uji F	55
Tabel 4.13: Hasil Uji T	56
Tabel 4.14: Hasil Uji Analisis regresi Sederhana.....	58
Tabel 4.15: Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	59
Tabel 4.16: Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 5.1: Kategorisasi Indikator Besaran Insentif	62
Tabel 5.2: Kategorisasi Indikator Syarat Berpartisipasi.....	63
Tabel 5.3: Kategorisasi Indikator Durasi Promosi	64
Tabel 5.4: Kategorisasi Indikator Ketepatan Waktu dalam Berpromosi.....	65
Tabel 5.5: Kategorisasi Indikator Instrumen <i>Sales Promotion (Distribution Vechile)</i> ...	66
Tabel 5.6: Kategorisasi Indikator Anggaran Promosi (<i>Budget of Promotions</i>)	67
Tabel 5.7: Kategorisasi Indikator Pengenalan Masalah	69
Tabel 5.8: Kategorisasi Indikator Instrumen Pencarian Informasi.....	69

Tabel 5.9: Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif.....	70
Tabel 5.10: Kategorisasi Indikator Keputusan Pembelian	71
Tabel 5.11: Kategorisasi Indikator Perilaku Pasca Pembelian	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: <i>Game Esport</i> Populer pada Tahun 2023 Berdasarkan Jumlah Penonton	3
Gambar 1.2: Pendapatan Tahunan yang Dihasilkan oleh <i>Mobile Legends: Bang Bang</i> Tahun 2016-2023	4
Gambar 1.3: Salah Satu Konten Kreator yang Membahas <i>Event Mobile Legends: Bang Bang</i>	7
Gambar 2.1: Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	27
Gambar 3.1: Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1: Hasil Pengujian Heteroksikedastisitas.....	54

ABSTRAK

MOHAMAD ZAINAL ILMI, 2022. Pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian *Diamonds* di *Mobile Legends: Bang Bang* (Studi pada Komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* Mahasiswa IAIN Kediri). Dosen Pembimbing MUNDHORI, M.E. dan ERNI ZULFA ARINI, S.T., M.M.

Kata Kunci: *sales promotion*, Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sebuah proses kegiatan yang dilakukan konsumen dalam mempertimbangkan dan menetapkan hasil akhir untuk membeli sebuah produk. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah *sales promotion*. *Sales promotion* merupakan salah satu cara berpromosi dengan memberikan insentif dan bonus yang dapat menarik perhatian konsumen dalam jangka pendek dan membangun hubungan dengan konsumen dalam jangka panjang. Dibuatnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Kediri terhadap *diamonds* di *Mobile Legends: Bang Bang*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan jumlah sampel 65 Mahasiswa IAIN Kediri. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan uji T untuk mengetahui hipotesis yang telah dibuat dengan menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. hal tersebut dibuktikan dengan hasil Korelasi *Product Moment Pearson* sebesar 0,647. Berdasarkan uji T diketahui bahwa diperoleh perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,474 > 1,65322$ dan perbandingan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Sehingga penelitian ini menerima H_1 yakni terdapat pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial, didapatkan nilai R Square 0,418 artinya variabel-variabel yang dipengaruhi oleh variabel *sales promotion* sebesar 41,8% sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.