

**PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Gringging Grogol Kediri)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

REZA AWALIYA MAHARNI

21403186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Gringging Grogol Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh:

Reza Awaliya Maharni

Nim. 21403186

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN

(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Gringging Grogol Kediri)

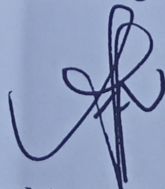
Ditulis Oleh

REZA AWALIYA MAHARNI

NIM. 21403186

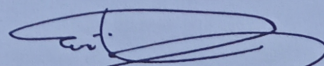
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM.
NIP. 199303062019032016

NOTA DINAS

Kediri, 23 April 2025

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 dibawah ini:

Nama : Reza Awaliya Maharni
NIM : 21403186
Judul : Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Store
Gringing).

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.

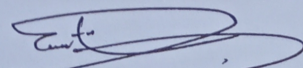
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM.
NIP. 199303062019032016

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 3 Juni 2025

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 : Reza Awaliya Maharni
NIM : 21403186
Judul : Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Store
Gringing).

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.

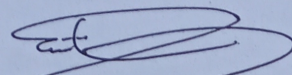
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM.
NIP. 199303062019032016

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN

(Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Gringging Grogol Kediri)

REZA AWALIYA MAHARNI

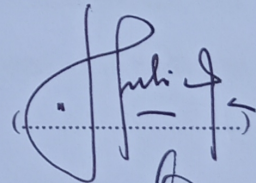
21403186

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri Pada tanggal, 03 Juni 2025.

Tim Penguji,

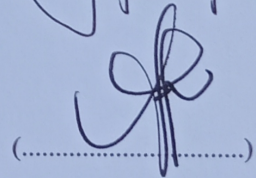
1. Penguji Utama

Dr. Yuliani, SE, MM
NIP. 198407102019032009



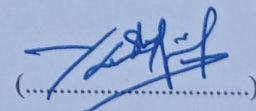
2. Penguji 1

Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001



3. Penguji 2

Sri Hariyanti, S.HI, MM
NIP. 198510032019032006



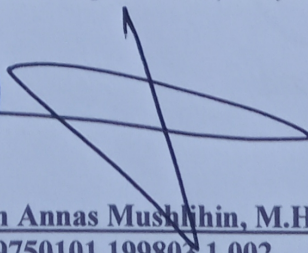
Kediri, 10 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN) Kediri



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



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

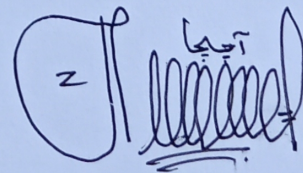
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reza Awaliya Maharni
NIM : 21403186
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Kediri, 3 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'Z' and Arabic calligraphy.

Reza Awaliya Maharni
NIM. 21403186

MOTTO

"Dalam dunia bisnis, memenangkan pasar bukan hanya tentang harga atau kualitas, melainkan tentang bagaimana menyampaikan nilai dari produk tersebut melalui strategi promosi yang menyentuh sisi emosional dan logika konsumen. Ketika keduanya berjalan seimbang, maka kepercayaan dan keputusan pembelian akan datang dengan sendirinya."

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan atas nikmat dan juga ridho dari Allah SWT yang telah senantiasa memberikan petunjuk, jalan, dan kelancaran dalam proses penyelesaian skripsi yang penuh dengan perjuangan ini dengan baik. Sebagai wujud penghormatan dan bakti penulis. Penulis persembahkan karya kecil ini kepada orang-orang yang penulis hormati, cintai, dan sayangi:

1. Terutama kepada cinta pertama serta panutanku, ayahanda Mukti Aji dan juga pintu surgaku, mama Anik Faefut Taslimah. Meskipun beliau belum sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan namun beliau dengan ikhlas dan sabar mampu mendidik penulis, memotivasi, serta mendoakan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, cinta yang tak bersyarat, dan pengorbanan yang tak terhitung. Skripsi ini kupersembahkan sebagai wujud cinta dan bakti, meski tak sebanding dengan segala kasih yang telah kalian berikan sejak aku dari lahir.
2. Untuk papa sambung Anggit Suyono dan ibu sambung Rini Wulan Sari, yang datang bukan karena darah, tapi karena cinta yang tulus dan keikhlasan yang nyata. Terima kasih telah menyayangi dan membimbingku, tak kurang dari seorang anak kandung. Skripsi ini untuk kalian sebagai simbol betapa besar pengaruh dan peran kalian dalam perjalanan ini.
3. Ibu Dr. Andriani, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM selaku dosen pembimbing II, yang dengan sabar telah

meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk membimbing serta mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Untuk pasanganku tercinta yang tidak bisa saya sebut namanya di sini, terima kasih telah mendampingi setiap langkahku dengan sabar dan penuh cinta. Skripsi ini adalah hasil dari segala dukungan dan semangat yang kamu berikan.
5. Sahabat terbaik dari semasa di pondok sampai sekarang ini yang senantiasa menemani dan memberikan segala bentuk suport untuk penulis Khoirul Hanifah, terima kasih sudah kebersamaan penulis dalam hal suka maupun duka dan membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini. Yang hadir bukan hanya sekedar teman akan tetapi juga sudah sebagai keluarga. Dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Terakhir, saya mengucapkan terimakasih pada diri saya sendiri, karena telah berjuang dengan keras dan berusaha hingga saat ini. Karena hanya saya yang tahu seberapa keras perjuangan ini, seberapa berat beban yang tak selalu terlihat dan seberapa dalam luka yang tetap penulis peluk dalam diam. Namun, aku tetap melangkah sampai sejauh ini, tetap percaya meskipun sering ragu. Dan hari ini berdiri bukan karena segalanya mudah, melainkan karena saya tidak mudah menyerah.

ABSTRAK

Reza Awaliya Maharni, 2025. *Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Customer Member's di Nibras House Store Gringing Grogol Kediri)*. Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. Dosen Pembimbing (1) Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan dosen pembimbing (2) Ibu Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM.

Kata kunci: Promosi, Keputusan Pembelian, Produk *Fashion* Muslim Nibras.

Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar mereka lebih banyak mengetahui mengenai produk dan layanan yang ditawarkan, baik berupa iklan, *sales promotion*, *point of sale*, *direct marketing*, *public relation*, *personal selling*, promosi dari mulut ke mulut, dan sebagainya. Kegiatan promosi merupakan salah satu elemen yang memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran. Produk merupakan suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau sebuah kebutuhan. Keputusan pembelian sebagai tindakan pribadi yang berdampak langsung pada keputusan pembeli untuk membeli barang dari suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi dan produk *brand* Nibras pada *customer member's* di Nibras House Gringing.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dengan populasi yaitu *customer member's* di Nibras House Gringing, sejumlah 400 responden dan dengan jumlah sampelnya 200 responden. Adapun untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *slovin*. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan SPSS V.23 dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 13,223 + 0,562X_1 + 0,272X_2 + 0,05$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,248 > 1,65251$) yang berarti variabel promosi dan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R^2 sebesar 0,677 yang berarti variabel promosi (X_1) dan produk (X_2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Melalui uji F, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51,571 > 3,04$) maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima, artinya secara simultan promosi (X_1) dan produk (X_2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara bersama-sama.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Karya ini merupakan hasil dari perjuangan panjang, yang tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud tanggung jawab penulis dalam menuntut ilmu, dan sebagai bagian dari perjalanan panjang yang penulis lalui selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan tentang Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Customer Member's* di Nibras House Gringging Grogol Kediri).

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.H.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

4. Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan Ibu Erawati Dwi Lestari, SS, M. HUM. Selaku dosen pembimbing I dan II yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Anik selaku Owner Nibras House Store Gringging Kabupaten Kediri.
6. Teman-teman program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 seperjuangan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang (Manajemen Bisnis Syariah) dan memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah, rahmat, dan petunjuknya bagi kita semua.

Kediri, 22 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Telaah Pustaka	14
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19

B. Promosi	22
C. Produk	25
D. Keputusan Pembelian	27
E. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
F. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
G. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	33
C. Populasi Dan Sampel	33
D. Definisi Operasional Variabel	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Instrumen Penelitian	37
G. Teknik Analisis Data	38
H. Uji Instrumen	39
I. Analisis Data	40
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN DATA	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Deskripsi Responden	49
C. Uji Keabsahan Data	51
BAB V PEMBAHASAN	68
A. Promosi <i>Fashion</i> Muslim Pada <i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	68
B. Produk <i>Fashion</i> Muslim Pada <i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	68
C. Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim Pada <i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	71
D. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Muslim Pada <i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	76
E. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Fashion</i> Muslim Pada	

<i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	
F. Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Fashion</i> Muslim Pada <i>Customer Member's</i> di Nibras House Gringging	
BAB VI PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR LAMPURAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perbandingan Toko Baju Busana Muslim Di Nibras House Store	8
Tabel 1.2	Data Perbandingan 4P Berdasarkan 37 Responden Pelanggan di Nibras House Gringging	9
Tabel 1.3	Data Penjualan Pada Tahun 2020 – 2024 di Nibras House Store Gringging	11
Tabel 3.1	Indikator Variabel Promosi (X ₁)	35
Tabel 3.2	Indikator Variabel Produk (X ₂)	36
Tabel 3.3	Indikator Variabel Y	36
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X ₁)	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X ₂)	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi (X ₁)	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Reabilitas Variabel Produk (X ₂)	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Analisis Statistik Variabel Promosi (X ₁), Produk (X ₂) dan Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.10	Kategori Variabel Promosi (X ₁)	60
Tabel 4.11	Kategori Variabel Produk (X ₂)	61
Tabel 4.12	Kategori Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Korelasi Berganda	72
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	73
Tabel 4.19	Hasil Uji Statistik Uji F	74
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	28
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas dengan Diagram	63
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot	63
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuisisioner	103
Lampiran 2	Tabel Analisis Data	108
Lampiran 3	Tabel R (Koefisien Korelasi Sederhana)	119
Lampiran 4	Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$	120
Lampiran 5	Tabel t (Persentase Distribusi t)	121
Lampiran 6	Tabel F (Persentase Distribusi F 0,05)	122
Lampiran 7	Blangko Konsultasi Dosen	123
Lampiran 8	Surat Izin Penelitian	125
Lampiran 9	Surat Balasan Izin Penelitian	126
Lampiran 10	Foto Dokumentasi	127
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup	128