

**PERAN *EVENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *MARKETPLACE***

**(Studi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Syekh
Wasil Kediri)**

SKRIPSI

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



Oleh:
KENIA ZULQI MARTIN
20401071

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

PERAN *EVENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

DI *MARKETPLACE*

**(Studi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Syekh
Wasil Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Syekh Wasil Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan Program Sarjana

Oleh :

KENIA ZULQI MARTIN

20401071

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN *EVENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *MARKETPLACE***

**(Studi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Syekh
Wasil Kediri)**

Oleh:

KENIA ZULQI MARTIN

20401071

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Mundhori, MEI
NIP. 19870222 201903 1004

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 31 Desember 2025

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No.7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
Penyusunan Skripsi di bawah ini :

Nama : Kenia Zulqi Martin
NIM : 20401071
Judul : Peran *Event marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di
Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Agama Islam
Universitas Syekh Wasil Kediri)

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dnegan
harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapakan
terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Mundhori, MEI
NIP. 19870222 201903 1004

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 30 Desember 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No.7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
Penyusunan Skripsi di bawah ini :

Nama : Kenia Zulqi Martin

NIM : 20401071

Judul : **Peran *Event marketing* Terhadap Keputusan
Pembelian Di *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan
Agama Islam Universitas Syekh Wasil Kediri)**

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Mundhori, MEI
NIP. 19870222 201903 1004

Pembimbing II



Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN *EVENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *MARKETPLACE* (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Agama Islam
Universitas Syekh Wasil Kediri)**

KENIA ZULQI MARTIN

20401071

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 8 Januari 2026

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

()

Prof. Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM.
NIP. 19740528 200312 2 001

2. Penguji I

()

Rendi Ardika, S.Pd., M.Akun
NIP. 19920307 202012 1 015

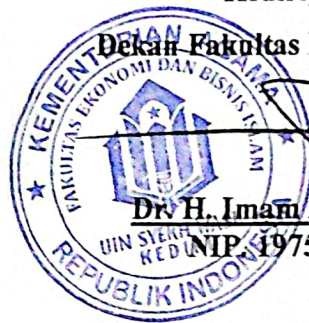
3. Penguji II

()

Adin Fadilah, M.E.Sy
NIP. 19860310 201903 1 007

Kediri, 15 Januari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



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

MOTTO

Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan didalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “berdirilah,” (kamu) berdiri. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

(QS. Al-Mujadilah:11)

PERYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kenia Zulqi Martin

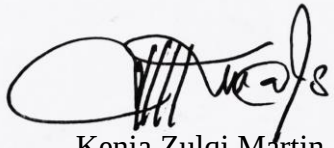
NIM : 20401071

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang saya adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Jika kemudian hari terbukti skripsi ini adalah plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan, saya siap menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 31 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan



Kenia Zulqi Martin

NIM. 20401071

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbi'l'alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya yang tak terbatas, petunjuk yang terbaik, dan pertolongan disetiap langkah kesulitan, serta izin-Nya yang segalanya penentu kehidupan, sehingga skripsi ini penulis dapat menyelesaikan dengan lancar. Bukan hanya sekedar batu bata pengetahuan, melainkan mi'raj rohani yang mengangkat derajat dari kegelapan sehingga ke samudra cahaya. Shalawat serta salam yang senantiasa tercurhakan kepada Nabi Muhammad Saw. Dengan rasa bangga saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, yang bagaikan dua sayap malaikat yang selalu menjaga langkahku, yang selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada ayahku yang terbaik Bapak Hasan Suparno dan mama ku tercinta Ibu Wuni terimakasih telah selalu mendoakan untuk penulis supaya selalu menjadi manusia yang kuat, cerdas, dan berbakti.
2. Untuk Kakak saya Wilis Ratnasari sebagai perempuan yang selalu menjadikan inspirasi utama bagi penulis dalam kehidupan dan penulisan skripsi ini, menemani dan memberikan semangat. Terimakasih sebanyak-banyaknya telah menjadikan penulis sebagai manusia yang kuat akan mental dan pemikiran yang lebih dewasa, bahkan berani mengambil keputusan yang lebih tegas tanpa ada keraguan yang menghantui.
3. Dua keponakan penulis Winola Ghassani dan Alin Indanazulfa yang cantik dan riang menggemaskan di setiap leluconnya bisa membuat penulis lebih fresh, yang juga selalu menemani penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy dan Bapak Mundhori, MEI yang telah memberikan bimbingan, kesabaran yang tiada batas, dan arahan yang sangat berharga untuk keberlangsungan penulisan skripsi ini.
5. Sahabat terbaik penulis Febri Zulia Kurnia Jaya, Hepi Dwi Lestari, dan Fransiska Novia Larasati yang selalu support dan menemani proses penulisan skripsi ini tanpa kenal lelah. Ribuan ucapan terimakasih saja rasanya belum sebanding dengan apa yang kalian berikan kepada penulis.

6. Terimakasih untuk para investor orang-orang baik dan dermawan yang telah selalu support pekerjaan saya dengan sepanjang waktu yang selalu menemani hingga menghabiskan dana puluhan juta yang diberikannya, sehingga penulis bisa berada dititik kebahagiaan yang sangat berharga. Lagi-lagi ucapan berjuta-juta terimakasih tidak akan cukup untuk membalas kebaikan kalian, hanya Allah lah yang tahu betapa baiknya kalian kepada saya, dan pastinya Allah akan memberikan apapun yang terbaik untuk kalian.
7. Untuk seluruh teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020, teman-teman perjuangan PMII Rayon Raden Sa'id, HMPS Ekonomi Syariah periode 2021-2023 yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman baru selama masa kuliah.
8. Untuk saya sendiri Kenia Zulqi Martin sangat kuatlah kamu bisa bertahan hingga detik ini. Dengan senyuman yang tiada henti, tegas nentukan keputusan, kuat mental, sabar yang tiada batas, selalu bersemangat disetiap langkah, berjuang untuk selalu bisa berbuat baik untuk diri sendiri bahkan orang lain.

ABSTRAK

Martin, Kenia Zulqi. Dosen pembimbing Mundhori, MEI dan Adin Fadilah, M.E.Sy. “Peran *Event marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* (Studi pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Negeri Syekh Wasil Kediri)”. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri. 2025.

Kata Kunci: *Event marketing*, Keputusan Pembelian.

Event marketing muncul sebagai strategi yang dipilih *marketplace* untuk menarik konsumen di zaman yang terus berkembang dan kebutuhan masyarakat juga bertambah. Terutama dikalangan generasi muda dengan pola konsumsi yang berbasis pengalaman dengan berbagai referensi. Dalam hal ini keputusan pembelian dalam konsep diskon atau potongan harga sangat dinantikan oleh masyarakat. Metode pendekatan kualitatif dipilih dengan menyesuaikan objek mahasiswa yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *event marketing* terhadap keputusan pembelian di *marketplace*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif, dengan menggunakan sampel 290 informan dari Mahasiswa Pendidikan Agama Islam di UIN Syekh Wasil Kediri yang aktif ditahun 2024. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan pengalihan makna dibalik persepsi *event* yang berasal dari penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini memastikan kedalaman pendeskripsian hasil penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *event marketing* yang termasuk dalam strategi promosi yang digunakan *marketplace* dirancang untuk mampu menciptakan kepercayaan konsumen dengan brand dan pengalaman dalam mempercepat konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Maka dalam hal ini *event marketing* memiliki peranan sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian di *marketpace*.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Event marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Syekh Wasil Kediri)” dengan tepat waktu. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berterimakasih kepada berbagai pihak yang telah membimbing, memberikan ilmunya, untuk dicurahkan dalam skripsi ini.

Pada skripsi ini penulis berterimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag. Selaku rektor UIN Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihah, M.H.I. selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., Hum. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Syekh Wasil Kediri
4. Bapak Mundhori, MEI. dan Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy selaku dosen pembimbing I dan II yang telah bersedia membimbing, dan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
6. Keluarga tersayang ayah, mama, kakak, dan keponakan yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan do’a.
7. Teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang telah bertemu dan berbagi ilmu selama kegiatan perkuliahan.

Kediri, 31 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Penelitian Terdahulu	14
F. Definisi Operasional Variabel.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Keputusan Pembelian.....	21
1. Definisi Keputusan Pembelian	21
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	21
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
B. <i>Event marketing</i>	29
1. Definisi <i>Event marketing</i>	29

2. Indikator <i>Event marketing</i>	29
3. Jenis-Jenis <i>Event marketing</i>	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan dan Rancangan Penelitian.....	33
B. Kehadiran Peneliti.....	33
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Metode Pengumpulan Data	37
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
I. Tahap-Tahap Penelitian.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum <i>Marketplace</i>	42
B. Paparan Data	42
C. Temuan Penelitian	67
BAB V PEMBAHASAN	69
A. <i>Event marketing</i> Yang Diadakan Oleh <i>Marketplace</i>	69
B. Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Pada Mahasiswa Program Studi PAI UIN Syekh Wasil Kediri	71
C. Peran <i>Event marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Marketpalce Yang Dilakukan Mahasiswa Program Studi PAI UIN Syekh Wasil Kediri	73
BAB VI PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan TOP 5 <i>Marketplace</i> di Indonesia pada Tahun 2019-2024...	5
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Kediri	12
Tabel 1.3 Indikator Variabel	20
Tabel 4.1 Kategorisasi Involment (Keterlibatan).....	50
Tabel 4.2 Kategorisasi Interaksi (Interaction).....	51
Tabel 4.3 Kategorisasi Immersion (Penyerapan).....	53
Tabel 4.4 Kategorisasi Intensity (Intensitas).....	54
Tabel 4.5 Kategorisasi Individuality (Individualistas).....	56
Tabel 4.6 Ketegorisasi Innovation (Inovasi).....	57
Tabel 4.7 Kategorisasi Integritas (Integrity)	58
Tabel 4.8 Ketegorisasi Pengenalan Kebutuhan.....	61
Tabel 4.9 Kategorisasi Pencarian Informasi	62
Tabel 4.10 Kategorisasi Evaluasi.....	63
Tabel 4.11 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.12 Perilaku Setelah Pembelian.....	66
Tabel 5.1 Kategorisasi Variabel <i>Event marketing</i>	69
Tabel 5.2 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>Event marketing</i>).....	86
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	86
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (<i>Event marketing</i>)	87
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 5 <i>Marketplace</i> Di Indonesia Januari-Desember 2023.....	4
Gambar 1.2 Iklan <i>Event</i> Tanggal Kembar Shopee.....	9
Gambar 1.3 Iklan <i>Event</i> Gajian Sale Tokopedia	9
Gambar 1.4 <i>Event marketing</i> Shopee Setiap Bulan	11
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penyebaran Kuesioner Secara *Offline*

Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner Secara *Online*

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Melalui SPSS 27

Lampiran 4 Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Penyebaran Kuesioner

Lampiran 6 Surat Permohonan Observasi

Lampiran 7 Surat Permohonan Penelitian

