

**PERAN STRATEGI PROMOSI *DIGITAL MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**
(Studi di IBona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri)

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

TAZA AMELIA SARI

22403051

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

2026

HALAMAN JUDUL

**PERAN STRATEGI PROMOSI *DIGITAL MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**
(Studi di IBona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri)

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

TAZA AMELIA SARI

22403051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PERAN STRATEGI PROMOSI *DIGITAL MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi di IBona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri)**

Ditulis Oleh

TAZA AMELIA SARI

22403051

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr.H.Jamaludin A.Khalik, LC., MA
NIP.197509132008011014

Pembimbing II



Sidanatul Janah, S.HI., M.H
NIP.199303162019032010

NOTA DINAS

Kediri, 3 Juni 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Di. Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Taza Amelia Sari

NIM : 22403051

Judul : Peran Strategi Promosi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi di IBona Store Desa Bedali Kec. Ngancar, Kabupaten 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 terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan segera diujikan dalam sidang munaqasah.

Demikian agar dimakhlumi dan atas kesediaan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing I



Dr. H. Jamaludin A. Khalik., LC, MA
NIP. 197509132008011014

Dosen Pembimbing II



Sidanatul Janah, SHI., M.H
NIP. 199303162019032010

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 28 Juli 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi
Kepada

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Taza Amelia Sari
NIM : 22403051
Judul : Peran Strategi Promosi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada IBona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kab.Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk yang diujikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2026 kami berpendapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar dimakhlumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing I



Dr. H. Jamaludin A. Khalik., LC, MA
NIP. 197509132008011014

Dosen Pembimbing II



Sidanatul Janah, SHL., M.H
NIP. 199303162019032010

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN STRATEGI PROMOSI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi di Ibona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri)**

TAZA AMELIA SARI

22403051

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 01 Juli 2026

Tim Penguji

1. Penguji Utama

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

NIP. NIP.197501011998031002

2. Penguji I

Dr. H. Jamaludin Achmad Kholik, LC., M. A

NIP. 197509132008011014

3. Penguji II

Dr. Mundhori, ME

NIP. 198702222019031004

(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 28 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S Al Baqarah:286-

“Tidak semua proses yang berat terlihat oleh orang lain, tetapi setiap perjuangan akan menemukan maknanya pada waktu yang tepat”

-Penulis-

“ Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut di remehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

-(Maudy Ayunda)-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti semangat usaha saya dan cinta kasih sayangku kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidupku. Oleh karena itu, dengan rasa bangga, bahagia dan rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua saya tersayangku, Bapak Suryono dan Ibu Jumiaty karena selalu memberikan semangat, do'a, dan support nya kepada saya di setiap waktu hingga saya dapat menyelesaikan studi S1 saya dengan baik. Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan terakhir saya kepada kalian berdua. Terimakasih telah mengantarkan penulis sampai di titik ini.
2. Keluarga besar saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
3. Teman-temanku selama perkuliahan Ervina, Sisca, Auri, dan Maya yang telah memberikan dukungan dan kesan yang baik semasa perkuliahan dan pengalaman yang sangat berharga.
4. Teman nongki ku yaitu Irma, Irmu, Faiza, dan Sephia terimakasih selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman yang sudah kuanggap sebagai saudara sendiri yaitu Salfa Alvionita. Terimakasih selalu menemani setiap tahapan pada penyusunan skripsi ini dari observasi hingga tahap akhir penyusunan skripsi ini. Terimakasih selalu menemani prosesku walaupun tidak sampai sidang skripsi, tetapi hal tersebut sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman sekamar kelompok KKN Retno, Khadijah, Cila, Reva walaupun tidak selalu bertemu setelah KKN selesai tetapi selalu memberikan dukungan untuk

menyelesaikan skripsi ini.

7. Seseorang yang tidak dapat saya sebutkan. Terimakasih telah menemani perjalanan hidup saya. Dengan tulus menguatkan, mendampingi, dan memberikan kasih sayang disaat penulis merasa lelah dan ragu, supportnya telah menjadi alasan untuk penulis tetap bertahan dan melangkah maju. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, mendoakan serta memberikan semangat pantang menyerah untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sosok jiwa yang berkepala batu, wanita sederhana bermimpi selangit
Taza Amelia Sari terimakasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang selalu disambut kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil melaluinya. Terimakasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi, terimakasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terimakasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Allah berikan. Dan ribuan terimakasih diucapkan kepada diri saya sendiri karena sudah mampu mempertanggungjawabkan semua kepercayaan yang sudah diberikan termasuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai dengan jerih payah sendiri.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Taza Amelia Sari

NIM : 22403051

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 merupakan plagiasi sebagian ataupun 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, 13 April 2026

Yang membuat Pernyataan



Taza Amelia Sari

Nim.22403051

ABSTRAK

Taza Amelia Sari, 2026, Dosen Pembimbing Dr. H Jamaludin A. Khalik, LC. MA, dan Sidanatul Janah, S.HI., M.H. Peran Strategi Promosi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi di Ibona Store Kediri Desa Bedali Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri), UIN Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata kunci: strategi promosi, *digital marketing*, keputusan pembelian

Strategi promosi *digital marketing* memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Secara umum, penelitian ini di latar belakang oleh fenomena meningkatnya persaingan UMKM di Desa Bedali, khususnya pada produk HP (handphone) yang semakin meningkat. Ibona Store dipilih sebagai objek penelitian karena keberhasilannya dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan penjualan unit dari tahun ke tahun melalui promosi *digital marketing* yang konsisten dan informatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi langsung pada objek penelitian, wawancara dengan pemilik usaha, karyawan dan konsumen, serta dokumentasi pendukung penelitian. Analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi *digital marketing* Ibona Store terbentuk melalui beberapa kombinasi dari tingkat daya tarik, optimalisasi keingintahuan konsumen, tingkat komitmen, dan tingkat afinitas. Keunggulan dapat ditunjukkan melalui kualitas produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang ramah serta informatif. Strategi promosi digital terbukti berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, yang tercermin dari peningkatan unit yang terjual dari setiap tahunnya, serta adanya rekomendasi orang lain dalam pembelian unit. Penelitian ini menyimpulkan bahwa reputasi merek yang kuat menjadi faktor dalam mendorong keputusan pembelian konsumen di Ibona Store.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam yang tak lupa dipanjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menunjukkan kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni agama Islam. Skripsi ini berjudul tentang “Peran Strategi Promosi Digital Marketing dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Ibona Store Desa Bedali Kecamatan Ngancar)”.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang membimbing, mengarahkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
3. Ibu Nilna Fauza, M.HI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, yang mana telah banyak memberikan arahan, bantuan, dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Ulfi Dina Hamida, M.Pd Wali Dosen selama perkuliahan
5. Bapak DR.H.Jamaludin A.Khalik, LC.,MA dan Ibu Sidanatul Janah, S.HI., M.H., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan, bimbingan dan motivasi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama melakukan perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta ku yang telah senantiasa memberikan do'a, memberikan motivasi baik secara moril maupun materil. Kepercayaan dan pengorbanan yang diberikan menjadi sumber semangat terbesar bagi penulis

dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, semangat, kepercayaan, dan do'a yang telah dipanjatkan.

8. Owner, konsumen dan seluruh karyawan Ibona Store Kediri yang telah memberikan izin dan bersedia membantu proses penyelesaian skripsi ini
9. Teman-teman ku dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.

Semoga jasa yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan mendapat balasan yang berlipat ganda disisi Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi susunan kalimat dan tata bahasanya. Oleh karena itu, penulis mohon maaf jika terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Untuk perbaikan selanjutnya, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Kediri, 13 April 2026

Penulis,

Taza Amelia Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	18
E. Penelitian Terdahulu	20
BAB II LANDASAN TEORI	27
A. Strategi Promosi.....	27
1. Pengertian Strategi Promosi	27
2. Indikator Strategi Promosi	28
B. <i>Digital Marketing</i>	30
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	30
2. Pengertian <i>Digital Marketing</i> atau Pemasaran Digital dalam Perspektif Islam	31
3. Tujuan <i>Digital Marketing</i>	35
4. Manfaat Penerapan <i>Digital Marketing</i>	35
5. Indikator <i>Digital Marketing</i>	36

C. Keputusan Pembelian	37
1. Pengertian Keputusan Pembelian	37
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Kehadiran Peneliti	46
C. Lokasi Penelitian	46
D. Sumber Data	47
E. Metode Pengumpulan Data.....	48
F. Analisis Data.....	50
G. Pengecekan Keabsahan Data	50
H. Tahap – Tahap Penelitian	51
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah Berdirinya Ibona Store.....	54
2. Lokasi Ibona Store.....	57
3. Struktur Organisasi Ibona Store.....	57
4. Visi Misi Ibona Store.....	60
B. Paparan Data.....	60
1. Strategi Promosi <i>Digital Marketing</i> di Ibona Store	60
2. Peran <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di Ibona Store.....	70
C. Temuan Penelitian	79
1. Strategi Promosi <i>Digital Marketing</i> di Ibona Store	79
2. Peran <i>Digital Marketing</i> dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di Ibona Store.....	82
BAB V PEMBAHASAN	84
A. Strategi Promosi <i>Digital Marketing</i> di Ibona Store	84
B. Peran Strategi Promosi <i>Digital Marketing</i> di Ibona Store dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen	92

BAB VI PENUTUP	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Toko yang Menjual HP Di Desa Bedali Kec. Ngancar	6
Tabel 1.2 Perbandingan Toko Usaha Penjualan HP Di Desa Bedali Kec.Ngancar.	7
Tabel 1.3 Data Penjualan Unit HP Ibona Store Setiap Bulan Tahun 2023 – 2024	12
Tabel 4.1 Data Penjualan Unit HP Ibona Store Setiap Bulan Tahun 2023 – 2025	56
Tabel 4.2 Data Aktivitas Promosi Digital Ibona Store	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Foto Dokumentasi

Lampiran 3. Foto Promosi Digital Marketing dan Kunjungan Konsumen

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian

Lampiran 5. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup