

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAGORI**

(Studi Pada UD. Rinings Nganjuk)

SKRIPSI

**Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh :

Mazidatul Mukaromah

9.313.281.18

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAGORI
(Studi Pada UD. Rinings Nganjuk)**

Oleh:

Mazidatul Mukaromah

NIM. 9313.281.18


Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Zuraidah, M.Si.
Nip. 197204122006042001

Pembimbing II



Oktaria Ardika Putri, MM
Nip. 199310052019032017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAGORI
(Studi Pada UD. Rinings Nganjuk)**

Oleh:

Mazidatul Mukaromah

NIM. 9313.281.18

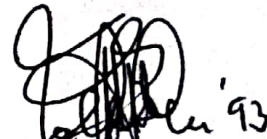
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Zuraidah, M.Si.
Nip. 197204122006042001

Pembimbing II



Oktaria Ardika Putri, MM
Nip. 199310052019032017

NOTA DINAS

Kediri, Oktober 2022

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 : Mazidatul Mukaromah
NIM : 9313.281.18
Judul : Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori (Studi UD. Rinings)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujianakhir 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.

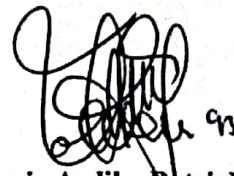
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Oktaria Ardika Putri, MM
Nip. 199310052019032017

NOTA PEMBIMBING

Kediri, Oktober 2022

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 : Mazidatul Mukaromah
NIM : 9313.281.18
Judul : Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori (Studi UD. Rinings)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapapetunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosahyang dilaksanakan pada tanggal, kami dapat menerima dan menyetujuihasil perbaikannya.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkanterima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Oktaria Ardika Putri, MM
Nip. 199310052019032017

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.(QS. Al-Baqarah 168)”

Dari Daud Ibn Salih Al-Madani dari ayahnya ia berkata : Saya mendengar Abi Said Al—Khudri berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda : “Sesungguhnya jual beli itu berdasarkan dari adanya saling kerelaan. HR. Ibnu Majah”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Tak lupa sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada hinggaku persembahkan karya kecilku yang sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi :

1. Kepada Ibu dan Bapakku, yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada hinggaku, yang tak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bahagia. Karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Terimakasih telah membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakan, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan umur panjang yang barokah agar selalu bisa mendampingi langkahku menuju sukses.
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Zuraidah, M.Si. dan Ibu Oktaria Ardika Putri, MM., yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan masukan yang sangat berarti dan mendukung demi terselesainya skripsi ini.
3. Teman-temanku Atmim Lana Nurona, Miya Ulfatu' Aini, Ulfi Romadhotun, Annis Nurul, kakak tingkat (Kak Diki, Kak Nur Hidayah dan Kak Amanah) dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat serta motivasi sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi sederhana ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segalanya. Terkadang ketika saya kehilangan kepercayaan pada saya, kalian disini untuk percaya pada saya, terkadang ketika semuanya salah kalian tampak dekat dan memperbaiki semuanya. Semoga keakrabaan di kita selalu terjaga. *You Are Best Friends! Miss and Love Forever !*

ABSTRAK

Mazidatul Mukaromah, Dosen pembimbing Dr. Hj. Zuraidah, M.Si Dan Oktaria Ardika Putri, MM: “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori (Studi Pada UD. Rinings Nganjuk).” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci : Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

Bisnis makanan atau bumbu pada masakan yang instan saat ini sangat ketat dan berkembang secara pesat. Dikarenakan mempunyai peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Bumbu pada masakan yang instan saat ini sangat dibutuhkan oleh hampir semua masyarakat, alasannya masyarakat yang ingin memperoleh kemudahan dalam melakukan aktivitas mereka sehari-hari, oleh karena itu, banyak pelaku usaha yang menciptakan berbagai jenis bumbu instan salah satunya yakni olahan bawang merah. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, diantaranya adalah faktor produk dan promosi.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Bagori pada UD. Rinings Nganjuk. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan instrumen berupa angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen bagori pada UD. Rinings Nganjuk, dengan jumlah yang tak terhingga. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 349 orang. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *Probability sampling* dengan simple random sampling.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hubungan antara produk dengan keputusan pembelian adalah kuat dengan nilai korelasi pearson sebesar 0,683 dan nilai signifikansi 0,000. (2) hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian adalah sedang dengan nilai korelasi pearson sebesar 0,585 dan nilai signifikansi 0,000. (3) analisis korelasi pearson product moment nilai R sebesar 0,761 yang artinya produk dan promosi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian Bagori pada UD. Rinings Nganjuk. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 6,504 + 0,577X_1 + 0,407X_2$. Hasil uji f diperoleh nilai f hitung 237,738 dengan nilai signifikansi 0,000 artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi atau *Rsquare* sebesar 0,579 artinya produk dan promosi berpengaruh sebesar 57,9% terhadap keputusan pembelian Bagori pada UD. Rinings Nganjuk. Sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu faktor harga dan lokasi. Sehingga dalam penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Bagori pada UD. Rinings Nganjuk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori (Studi Pada UD. Rinings Nganjuk)”.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW serta seluruh keluarga, sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman. Penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan teruntuk kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.HI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc. M.E.I, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Ibu Dr. Hj. Zuraidah, M.Si. dan Ibu Oktaria Ardika Putri, MM., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan pelayanan ilmiahnya.
6. Bapak, Ibuk yang selalu memberikan motivasi dan juga semangat untuk menyelesaikan studi ini serta senantiasa memberikan barokah do'a untuk kelancaran skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang membantu dan mendo'akan akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Rining selaku owner dari UD. Rinings beserta seluruh karyawan yang telah membantu kelancaran selama penelitian dilangsungkan.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Kediri, 07 Oktober 2021

Mazidatul Mukaromah
NIM. 931328118

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Peneliti	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka	9
F. Hipotesis Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Konsep Umum Produk.....	13
1. Pengertian Produk	13
2. Tingkatan Produk	13
3. Klasifikasi Produk	14
4. Indikator Produk.....	16

B. Konsep Umum Promosi	16
1. Pengertian promosi.....	16
2. Tujuan promosi.....	17
3. Indikator Promosi	18
C. Konsep umum Keputusan Pembelian	18
1. Pengertian keputusan pembelian	18
2. Tahapan-tahapan keputusan pembelian.....	19
3. Keputusan Pembelian Menurut Islam	21
D. Hubungan antar Variabel Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Rancangan Penelitian.....	24
B. Variabel dalam Penelitian	24
C. Lokasi Penelitian.....	26
D. Populasi dan Sampel	26
E. Sumber Data dan Jenis Data	27
F. Metode Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	36
A. Gambaran Objek Penelitian	36
1. Sejarah Singkat Berdiri	36
2. Visi dan Misi	37
3. Struktur Organisasi.....	37
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
C. Deskripsi Data.....	39
D. Analisis Data	45

1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Uji Asumsi Klasik	48
3. Uji Korelasi Berganda.....	52
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	53
5. Pengujian Hipotesis	54
BAB V PEMBAHASAN	59
A. Produk Bagori pada UD. Rinings Nganjuk.....	59
B. Promosi Pada UD. Rinings	61
C. Keputusan Pembelian pada UD. Rinings Nganjuk	64
D. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagori Pada UD. Rinings Nganjuk.....	68
E. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori Pada UD. Rinings Nganjuk.....	69
F. Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori Pada UD. Rinings Nganjuk	71
BAB VI PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Usaha Yang Memproduksi Olahan Bawang Merah Di Nganjuk	2
Tabel 1.2	Tabel Perbandingan	3
Tabel 1.3	Data Penjualan UD. Rinings Nganjuk.....	4
Tabel 1.4	Produk UD. Rinings Nganjuk.....	6
Tabel 1.5	Alasan Memilih produk Bagori pada UD. Rinings Nganjuk.	7
Tabel 3.1	Indikator penelitian variabel X_1	24
Tabel 3.2	Indikator penelitian variabel X_2	24
Tabel 3.3	Indikator penelitian variabel Y.....	25
Tabel 3.4	Tabel Jumlah Sampel	26
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Uji Validitas X_1 (Produk)	39
Tabel 4.4	Uji Validitas X_2 (Promosi)	40
Tabel 4.5	Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian)	40
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Produk Sebelum Uji Coba	41
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Produk Setelah Uji Coba	42
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Promosi Sebelum Uji Coba	42
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Promosi Setelah Uji Coba	43
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Sebelum Uji Coba.....	43
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba	44
Tabel 4.12	Deskripsi Variabel	45
Tabel 4.13	Kategorisasi Produk (X_1)	46
Tabel 4.14	Kategorisasi Promosi (X_2)	46
Tabel 4.15	Kategorisasi Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolonieritas	49

Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 4.18 Uji Korelasi Pearson	52
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berdanda	53
Tabel 4.20 Hasil Uji F	54
Tabel 4.21 Hasil Uji t	56
Tabel 4.22 Uji Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac Dan Michael Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% Dan 10%
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bagori (Studi Pada UD. Rinings Nganjuk)
- Lampiran 3 : Hasil Tabulasi Data Skor Responden
- Lampiran 4 : Output SPSS 21
- Lampiran 5 : Tabel Hitung
- Lampiran 6 : Surat Izin Riset/Penelitian dari IAIN Kediri
- Lampiran 7 : Surat Izin Riset/Penelitian dari UD. Rinings
- Lampiran 7 : Daftar Konsultasi Bimbingan Penyelesaian Skripsi
- Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 9 : Foto