

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulisan orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 06 Oktober 2021

Wina Aisyatul Muparoh
NIM. 171410202

ABSTRAK

Nama : Wina Aisyatul Muparoh, NIM : 171410202, Judul Skripsi : *Pengaruh strategi promosi produk melalui digital marketing terhadap keputusan pembelian (studi kasus unit usaha makanan geprek benu cabang kota rangkasbitung dimasa pandemi covid 19)*

Dalam situasi seperti ini terutama pada masa pandemi covid 19, banyak perusahaan dibidang industri kuliner mengalami hambatan dalam memasarkan produk yang diproduksi oleh perusahaan, yang mau tidak mau harus melakukan perombakan terhadap manajemen didalam perusahaan itu sendiri maupun perombakan strategi promosi produk yang digunakan oleh perusahaan yang dianggap kurang efektif digunakan dimasa pandemi covid 19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan pada masa pandemi covid 19 yang tidak dapat diprediksikan akan berakhirnya pandemi covid 19.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer dan menggunakan sampel 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, uji f dan uji hipotesis (uji t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi promosi produk melalui digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dari hasil analisis uji t dengan nilai t hitung sebesar 3.534 dan nilai t tabel pada alpha 5% adalah 1.984 maka nilai t tabel < t hitung ($1,984 < 3.534$). Menggunakan alpha 5% berarti p-value < 5% yaitu sig sebesar $0.001 < 0,05$.

Kata kunci : Strategi promosi produk, digital marketing, keputusan pembelian.



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI
SULTAN MAULANA HASANUDIN BANTEN**

Sudirman No.30 Serang 42118 Telp (0254) 2003323 Fax. (0254) 20022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (Satu) eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi
Hal	: Usulan Munaqasyah	dan Bisnis Islam UIN SMH
	a.n Wina Aisyatul Muparoh	Banten
	NIM. 171410202	di –
		Serang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari Wina Aisyatul Muparoh, NIM. 171410202 dengan judul Skripsi **“Pengaruh Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Unit Usaha Makanan Geprek Benu Cabang Kota Rangkasbitung dimasa pandemi covid 19)”**. Diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian atas perhatian ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alakum Wr.Wb

Serang, 06 Oktober 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II

Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M
NIP. 19720317 199903 1 001

Surahman, M.E
NIP. 1981091 201503 1 003

PERSETUJUAN

PENGARUH STRATEGI PROMOSI PRODUK MELALUI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA UNIT USAHA MAKANAN GEPREK BENSU CABANG KOTA RANGKASBITUNG DIMASA PANDEMI COVID 19)

Oleh :

Wina Aisyatul Muparoh

NIM. 171410202

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M

NIP. 19720317 199903 1 001

Pembimbing II



Surahman, M.E

NIP. 1981091 201503 1 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.

NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan
Perbankan Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M. M, M. Ak

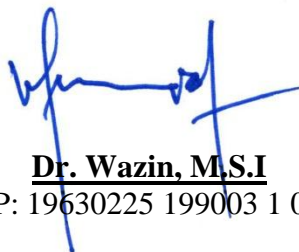
NIP. 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Wina Aisyatul Muparoh NIM : 171410202 yang berjudul: **“Pengaruh Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Unit Usaha Makanan Geprek Benu Cabang Kota Rangkasbitung Dimasa Pandemi Covid 19)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 13 Oktober 2021 pada hari rabu, Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

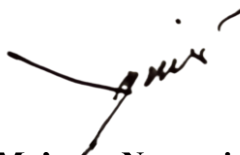
Ketua Merangkap Anggota,



Dr. Wazin, M.S.I

NIP: 19630225 199003 1 005

Sekretaris Merangkap Anggota,



Ma'mun Nawawi, M.E.

NIP: 199303022019031009

Anggota,

Penguji I



Aan Ansori, S.Kom., M.M

NIP. 19731015 200701 1 027

Penguji II



Muhammad Turmudzi, S.Ag., M.M

NIP. 19760126 201101 1 006

Pembimbing I,



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M

NIP. 19720317 199903 1 001

Pembimbing II



Surahman, M.E

NIP. 1981091 201503 1 003

PERSEMBAHAN

Ucap syukur aku persembahkan kepada Allah SWT, Maha Pengasih dan Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman, dan bersabar dalam menjalankan hidup ini. Sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Unit Usaha Makanan Geprek Benu Cabang Kota Rangkasbitung Dimasa Pandemi Covid 19)”. Semoga keberhasilan ini menjadi langkah awal bagiku menggapai cita-citaku. Kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku tercinta Ayahanda KH. Jayadi dan Ibunda Hj. Fathonah, Kedua Kakakku tersayang vina fauziatul hamidah dan dina raudhatul murtapiah, dan kaka iparku hamim muhtadin dan adikku tercinta bina tuhfadzul laduni serta kedua ponakanku tersayang almeera salwa zaukha hadin dan almeera sahla nadira hadin. Terimakasih ku ucapkan atas segala cinta, kasih sayang, dukungan, semangat, dan pengorbanan yang telah kalian berikan kepadaku serta doa yang tiada henti kalian panjatkan untuk kebaikanku. Terimakasih pula untuk santri putra putri darul ibtida dan sahabat-sahabatku yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu, yang selama ini tiada hentinya memberikanku semangat, dorongan, motivasi, doa dan kasih sayangnya serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku dapat menyelesaikan karya kecil ini.

MOTTO

**MODAL BISA DICARI
KEAHLIAN BISA DIBELI
CITA-CITA DAN SEMANGAT TIDAK BISA DIBELI
“Cita-Cita Dan Semangat Harus Dimiliki Untuk
Memulai Dan Mengembangkan Usaha”**

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Wina Aisyatul Muparoh, lahir di lebak, pada tanggal 27 Juli 1998, anak ke tiga dari empat bersaudara, dari orang tua bernama, ayah KH. Jayadi dan Ibu Hj.Fathonah. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kampung Tanjong RT 001/RW004, Desa Narimbang mulia, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Pendidikan yang telah ditempuh SDN 04 Cijoro Pasir Ciawi Kab. Lebak – Banten lulus tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MTSN Pasir sukarakyat Kab. Lebak–Banten lulus tahun 2014, dan ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidkannya di SMA Al- mubasyirin Sajira Lebak-Banten mengambil jurusan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial) lulus tahun 2017, kemudian penulis melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah (ES). Selama menjadi mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis menjadi seorang santri di pondok pesantren Darul rahmah serang dan mengikuti kegiatan aktif disana selama 2 tahun setelah itu penulis berhenti mondok dikarenakan harus membantu kedua orang tua di rumah untuk ikut serta membimbing anak santri putra – putri darul ibtida sampai sekarang.

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt, atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi setiap umat di seluruh alam.

Dengan pertolongan Allah SWT dan usaha yang bersungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh strategi promosi produk melalui digital marketing terhadap keputusan pembelian (studi kasus unit usaha makanan geprek benu cabang kota rangkasbitung)” dan telah diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan sebelumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini mudah-mudahan dapat membawa manfaat sebagai bahan pertimbangan dan khazanah ilmu pengetahuan Islam. Penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan adanya kerjasama, bantuan, arahan, dan bimbingan dan petunjuk-petunjuk dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih atas sumbangsih

pemikiran, waktu, dan tenaga serta bantuan moril dan materil khusus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.pd, Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan persetujuan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi ini.
3. Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.AK Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr.H.Syaeful Bahri, S.Ag.,M.M sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan dan motivasinya kepada penulis.
5. Bapak Surahman M.E. sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan dan motivasinya kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama proses perkuliahan, staff akademik beserta jajarannya yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama ini.
7. Seluruh keluarga terutama, Mama Kh.jayadi dan Umi Hj. fathonah yang tidak pernah berhenti mendo'akan menjadi inspirasi dan penyemangat bagi penulis.
8. Teruntuk santri putra – putri, rekan staff mengajar Darul Ibtida yang selalu mendoakan dan memberiakan semangat untuk saya.

9. Teruntuk sahabat tercinta saya Nurul Fitriyani Ikhwan, Komariyah, dan Monika selalu memberikan semangat dan membantu saya dalam hal apapun.
10. Sahabat, kakak-kakak senior serta adik-adik tercinta, dan seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah kelas F dan angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu-persatunya yang telah berjuang bersama hingga berada di tingkat akhir ini beserta pihak yang telah membantu dalam berbagai hal serta motivasi, do'a, dan dukungan dan meluangkan waktunya untuk menemani dan berdiskusi sehingga memudahkan penulis untuk menyusun skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Serang, 06 Oktober 2021

Penulis,

Wina Aisyatul Muparoh
NIM. 171410202

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR NOTA DINAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat / Signifikansi Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Keputusan Pembelian	12
1. Pengertian Keputusan Pembelian	12
2. Indikator Keputusan Pembelian	15
B. Strategi Promosi Produk	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Promosi	20
A. Pengertian Promosi	20
B. Tujuan Promosi	21
C. Strategi Promosi	24
1. Pengertian Strategi Promosi	24
2. Bauran Promosi	25
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	27

4. Metode Yang Digunakan Dalam Promosi	28
3. Produk	30
A. Pengertian Produk	30
B. Klasifikasi Produk	31
C. Digital Marketing	35
A. Definisi Digital Marketing	35
B. Saluran Media Digital	37
C. Pemasaran Media Sosial	40
D. Indikator Digital Marketing	56
D. Penelitian Dahulu Yang Relevan	57
E. Kerangka Penelitian	62
F. Hipotesis	63
BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Jenis Penelitian	64
B. Objek Penelitian	64
C. Wilayah Penelitian	64
D. Data Dan Sumber Data	65
1. Primer	65
2. Sekunder	65
E. Teknik Pengumpulan Data	66
1. Kuesioner	66
2. Dokumentasi	67
F. Populasi Dan Sempel	68
1. Populasi	88
2. Sempel	68
G. Identifikasi Variabel	70
1. Variabel Independen	70
2. Variabel Dependen	70
H. Definisi Operasional	71
I. Teknik Analisis Data	73
A. Uji Validitas.....	73
B. Uji Realibilitas	73
C. Uji Normalitas	74
D. Uji Heteroskedastisitas	74
E. Uji Koefisien Korelasi	75

F. Koefisien Determinasi	77
G. Analisis Regresi Linear Sederhana	78
H. Uji Parsial (T)	78
I. Uji Simultan (F)	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
A. Objek Penelitian	82
B. Gambaran Umum Responden	85
C. Analisis Data	89
1. Uji Validitas	89
2. Uji Realibilitas	89
D. Uji Asumsi Klasik	92
1. Uji Normalitas	92
2. Uji Heteroskedastisitas	94
3. Koefisien Korelasi	95
4. Koefisien Determinasi	96
E. Uji Hipotesis (Uji T) Parsial	97
F. Pembahasan	102
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala likert	67
Tabel 3.2. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai	76
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	87
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	88
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.7. Hasil Uji Realibilitas	92
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4.9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Korelasi	95
Tabel 4.11. Hasil Uji Koefisien Determinasi	96
Tabel 4.12. Analisis Regresi Linear Sederhana	98
Tabel 4.13. Hasil Uji F	99
Tabel 4.14. Hasil Uji T	100

DAFTAR GAMBAR

4.1. Uji Normalitas Dengan Grafik P-Plot	93
1.1. Grafik Hasil Penurunan Pendapatan Di Geprek Benu	101
1.2. Kurva Hasil Uji T	1 04

