

## **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 Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan 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 isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau menyontek karya tulis orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai peraturan yang berlaku.

Serang, 25 Agustus 2020

**UMTIHAT**  
**NIM: 161430074**

## ABSTRAK

Nama: **UMTIHAT**, NIM: 161430074, Judul Skripsi: **Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe (Studi Kasus pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang).**

Strategi Promosi adalah kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat mencapainya. Karena minat beli mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan jasa merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan pada apa yang akan dilakukan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe di Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang? (2) Seberapa besar Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe di Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang?

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe di Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang. (2) Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe di Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang menggunakan uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier sederhana, uji hepotesis, uji hepotetis, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Strategi Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Produk RumahKoe. Ini dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 50,7% variabel minat beli produk rumahKoe dapat dijelaskan oleh strategi promosi, serta asil pengujiannya dari uji t menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Strategi Promosi (X) Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,837 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,66515. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,837 > 1,66515$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Kesimpulannya dari penjelasan diatas variabel Pengaruh Strategi Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi dan Minat Beli*



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Lampiran : Skripsi  
Perihal : **Usulan Ujian Skripsi**  
a.n **Umtihat**  
NIM : 161430074

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SMH Banten  
Di  
Serang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Diperkenalkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Umtihat, NIM : 1161430074 yang berjudul Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe Studi Kasus pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang**, telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Serang, 25 Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si**  
NIP.196402121991032003

**Anita, M. Si**  
NIP. 19820808 2015032003

**PERSETUJUAN**

**“PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK RUMAHKOE”**

**(Studi Kasus pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda  
Syariah 1967)**

Oleh :

**UMTIHAT**  
**NIM: 161430074**

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si**  
NIP.19640212199103 2 003

**Anita, M. Si**  
NIP. 19820808 201503 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam,

Ketua Jurusan  
Asuransi Syariah,

**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si**  
NIP.19640212199103 2 003

**Rustamunadi, S.H.M.H.**  
NIP. 19670241989031001

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Umtihat NIM: 161430074** dengan judul **”Pengaruh Strategi Promosi terhadap Minat Beli Produk RumahKoe Studi Kasus pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967”**, telah diujikan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 12 November 2020.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 12 November 2020.

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,

**Dr. Budi Sudrajat, M.A.**  
NIP. 197403072002121004

**Muhamad Fadli Azim, M.S.I.**  
NIP. 198705312019031010

Penguji I  
Anggota,

Penguji II


**Dr. Budi Sudrajat, M.A.**  
NIP. 197403072002121004

Pembimbing I

**Dr. Hanafi, M. Pd., M.A.**  
NIP. 197112041999031002

Pembimbing II

**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.S.I.**  
NIP. 19640212 1991032003

  
**Anita, M. Si**  
NIP. 19820808 2015032003

## *PERSEMBAHAN*

*Sebagai wujud syukur kepada Allah SWT sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua tercinta Bapak Asnawi dan Ibu Nariyah serta adik saya Khayatun Khairun Nisa yang telah memberikan semangat yang luar biasa, kasih sayang, dukungan dan doa yang tulus sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sampai akhir perguruan tinggi. Sebagai ucapan terimakasih atas segala curahannya baik berupa moril maupun materil yang tiada ternilai harganya, semoga Allah selalu memberikan kesehatan, keberkahan hidup dan dijaga oleh Allah SWT.*

MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah telah menghalalkan jual-beli  
dan mengharamkan riba”.  
(Q. S. Al-Baqarah: 275)

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Umthiat, dilahirkan di Tangerang pada tanggal 09 Desember 1998, anak pertama dari 2 bersaudara dari Bapak Asnawi dan Ibu Nariyah, penulis bertempat tinggal di Kp. Pagedangan Ilir Desa. Pagedangan Ilir Kec. Kronjo Kab. Tangerang Banten.

Pendidikan yang penulis tempuh adalah Sekolah Dasar Negeri Pagedangan Ilir I & II lulus pada tahun 2010, melanjutkan ke MTs Al-Halimiyah lulus pada tahun 2013, dan melanjutkan sekolah ke MAN 4 Tangerang (MAN Kronjo) lulus pada tahun 2016. Setelah itu penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten yang sekarang berubah bentuk menjadi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Pada Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam.



## KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaanirrahiim*

Segala puji hanya bagi Allah SWT., yang telah memberikan taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah SAW, keluarga, para sahabat serta para pengikutnya yang serta hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe (Studi Kasus pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang)”**. Oleh karenanya penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengelola dan mengembangkan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten lebih maju.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI, Dekan Fakultas Ekonomi dan Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah membantu dan memberikan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tulus hati.
3. Bapak Rustamunadi, S.H.,M.H., Ketua Jurusan Asuransi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sekaligus

Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

4. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., M.A., Sekretaris Jurusan Asuransi Syariah yang telah memberikan nasehat, pengarahan, motivasi, koreksi, dan meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI, selaku Pembimbing I dan Ibu Anita, M.SI, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, motivasi, koreksi, perbaikan di dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Budi Sudrajat, M.A, selaku Penguji I dan Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., M.A, selaku Penguji II yang telah banyak memberikan arahan, motivasi, koreksi, perbaikan di dalam penulisan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staf Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada orang tua, ayahanda bapak Asnawi dan ibu Nariyah yang memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis. Dan tidak lupa kepada adik tersayang Khayatun Khairun Nisa yang memberikan semangat yang luar biasa.
9. Abah KH. Abu Bakar Djawahir, KH. Matin Djawahir, KH. Mahrus Djawahir yang telah membimbing, memberikan

arahan, saran-saran dan mengajarkan arti kesabaran dan perjuangan dalam hidup di pesantren selama menempuh pendidikan Strata 1.

10. Seluruh teman-teman angkatan terutama untuk kelas Asuransi Syariah C Angkatan 2016 khususnya untuk sahabat dekat penulis Nurdzakiyah, Inna, Sa'diyah, Inten, Eva Padilah, dan Sintia.
11. Seluruh teman-teman Ponpes Daarul falah terutama untuk angkatan 2016 khususnya keluarga komplek Muslimat Anis, Yana Apriana, Bu Lilis, Lia Siti Mulyasari, Firda Firdausi, Fauziah, Aslamiatul Jannah, Rospiyati, Ayu Julia, Nina Herlina, Sinta, Amel, Ani, Habibah, Ainul, Gina, Ela, Sofa, Jannah, Elsa Komala Sari serta sahabat dekat penulis Ahmad Fauzi yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan saran kepada penulis selama menempuh pendidikan ini.
12. Sahabat terdekat penulis, Siti Tazriyah, Arsati, Anggi, Siti Riri Aliyah, Enong Pijriah, Siti Rohimah dan Dian Handayani yang selalu setia mendengarkan keluh kesah selama menempuh pendidikan hingga penulis dapat menyelesaikannya.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu memberikan dukungan.

Akhirnya hanya kepada Allah penyusun berserah diri dan semoga seluruh amal kebaikan dari semua pihak mendapat balasan

dari Allah SWT dan menjadi amal penyelamat di dunia dan akhirat. Aamiin. Penyusun berharap kiranya karya tulis ini turut mewarnai ilmu pengetahuan dan dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Serang, 12 November 2020

**Umtihat**  
**NIM: 161430074**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PENGAJUAN MUNAQOSAH</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
G. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b> .....	15
A. Ruang Lingkup Asuransi Syariah .....	15
1. Pengertian Asuransi Syariah .....	15

2. Tujuan Asuransi Syariah.....	17
a. Teori Pengalihan Risiko .....	21
b. Pembayaran Ganti Rugi .....	21
c. Pembayaran Santunan .....	21
d. Kesejahteraan Anggota .....	21
3. Prinsip Dasar Asuransi Syariah .....	21
B. Asuransi Kebakaran .....	21
1. Pengertian Asuransi Kebakaran .....	21
2. Risiko Polis Kebakaran yang Di Jamin Perusahaan Asuransi .....	22
3. Risiko Polis Kebakaran yang Dikecualikan Perusahaan Asuransi .....	22
C. Pengertian Minat Beli .....	28
1. Pengertian Minat .....	28
2. Pengertian Minat Beli .....	28
D. Pengertian Produk .....	30
E. Strategi Promosi .....	32
1. Pengertian Strategi .....	32
2. Pengertian Promosi .....	35
3. Pengertian Strategi Promosi .....	40
4. Tujuan Promosi .....	48
5. Prinsip Promosi dalam Pandangan Islam .....	51
6. Prinsip – Prinsip Strategi Promosi Syariah .....	52
F. Bauran Promosi .....	54
1. Periklanan .....	54
2. Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) .....	65

3. Hubungan Masyarakat .....	67
4. Publisitas .....	68
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	70
H. Kerangka Pemikiran .....	72
I. Hipotesis .....	74

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	75
B. Jenis Penelitian dan Sumber Penelitian .....	75
C. Teknik Pengumpulan Data .....	76
D. Definisi Operasional Variabel .....	80
E. Teknis Analisis Data .....	84
1. Uji Instrumen Data .....	85
a. Uji Validasi .....	85
b. Uji Realibilitas .....	86
2. Uji Asumsi Klasik .....	87
a. Uji Normalitas .....	87
b. Uji Heteroskedastisitas .....	88
c. Uji Autokorelasi .....	89
3. Uji Regresi Linear Sederhana .....	91
4. Uji Hipotesis .....	92
a. Pengajuan Signifikan (Uji t) .....	92
b. Analisis Koefisien Korelasi .....	96
5. Analisis Koefisien Determinasi .....	97

<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b>	99
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	99
B. Deskriptif Data	100
C. Hasil Analisis Data	101
1. Uji Validasi dan Reabilitas	101
a. Uji Validasi	101
b. Uji Realibilitas	103
2. Uji Asumsi Klasik	104
a. Uji Normalitas	104
b. Uji Heteroskedatisitas	105
c. Uji Autokorelasi	107
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	108
4. Uji Hipotesis	110
a. Uji Signifikan (Uji t)	110
b. Analisis Koefisien Korelasi	111
5. Analisis Koefisien Determinasi	112
D. Pembahasan Hasil Penelitian	112
<b>BAB V PENUTUP</b>	116
A. Simpulan	116
B. Saran-saran	117

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....	81
Tabel 3.2 Waktu Penelitian .....	84
Tabel 3.3 Durbin Waston .....	91
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	97
Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	100
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan pekerjaan .....	101
Tabel 4.3 Hasil Uji Validasi Pengaruh Strategi Promosi .....	102
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Minat Beli Produk Rumahkoe .....	103
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas .....	104
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	105
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	107
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	108
Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikan (Uji t) .....	110
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	111
Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	106
---	-----