

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini 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 asli merupakan karya tulis ilmiah saya pribadi dan bukan merupakan duplikasi atau plagiat dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Dalam penyusunan skripsi ini, saya telah berpedoman pada kaidah ilmiah yang berlaku dan mencantumkan sumber kutipan yang digunakan secara benar dalam daftar pustaka dalam mencantumkan kutipan dan pendapat orang lain.

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

Serang, Maret 2025

Materai 10.000

NURUNNAJMI
NIM. 211410061

ABSTRAK

Nama: Nurunnajmi, **NIM:** 211410061, **Judul Skripsi:** Pengaruh Potongan Harga dan *Seasonal Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Fashion Halal* di Platform Digital Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga dan *seasonal marketing* terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Data kuesioner diambil dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (potongan harga dan *seasonal marketing*) dengan variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana diskon yang diberikan oleh Shopee meningkatkan minat konsumen dalam berbelanja *fashion* halal. Hal ini dibuktikan oleh hasil analisis t-hitung $6,720 > t\text{-tabel } 1,66055$. Selain itu, strategi *seasonal marketing* yang diterapkan oleh Shopee, seperti promosi khusus saat Ramadan dan Idul Fitri, juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis t-hitung $5,019 > t\text{-tabel } 1,66055$. Kombinasi dari kedua strategi pemasaran ini secara simultan berkontribusi dalam meningkatkan penjualan *fashion* halal di platform digital Shopee dengan hasil analisis F-hitung $198,465 > F\text{-tabel } 3,09$.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, potongan harga berpengaruh sebesar 77,6% terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee dan *seasonal marketing* berpengaruh sebesar 25,9% terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee. Kemudian koefisien determinasi *adjusted R-square* sebesar 0,800 yang artinya variabel potongan harga dan *seasonal marketing* berpengaruh sebesar 80% terhadap keputusan pembelian *fashion* halal di platform digital Shopee.

Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha *fashion* halal dan e-commerce untuk lebih memperhatikan strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran digital dan ekonomi syariah.

Kata kunci: Potongan harga, Seasonal marketing, Keputusan pembelian, Fashion halal, Shopee.

ABSTRACT

Name: Nurunnajmi, **NIM:** 211410061, **Research Title:** *Influence of Discounts and Seasonal Marketing on Purchasing Decisions for Halal Fashion on the Shopee Digital Platform*

This research aims to analyze the influence of price discounts and seasonal marketing on the purchase decision of halal fashion on the Shopee digital platform. The method used in this study is a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The data were obtained using purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the relationship between the independent variables (price discounts and seasonal marketing) and the dependent variable (purchase decision).

The results show that price discounts have a significant influence on purchase decisions, where discounts offered by Shopee increase consumer interest in buying halal fashion. This is supported by the t-test result of $6.720 > t\text{-table } 1.66055$. Additionally, the seasonal marketing strategy implemented by Shopee, such as special promotions during Ramadan and Eid al-Fitr, also has a positive influence on purchase decisions, with a t-test result of $5.019 > t\text{-table } 1.66055$. The combination of these two marketing strategies simultaneously contributes to increasing halal fashion sales on Shopee, as indicated by the F-test result of $198.465 > F\text{-table } 3.09$.

Based on multiple linear regression analysis, price discounts have a contribution of 77.6% to the purchase decision of halal fashion on Shopee, and seasonal marketing contributes 25.9%. The adjusted R-square value is 0.800, which means that the variables of price discounts and seasonal marketing together influence 80% of the purchase decision of halal fashion on the Shopee digital platform.

This study provides implications for halal fashion business actors and e-commerce platforms to pay greater attention to effective promotional strategies in increasing consumer interest. Furthermore, this research can serve as a reference for future studies in the fields of digital marketing and Islamic economics.

Keywords: *Discounts, Seasonal marketing, Purchase decision, Halal fashion, Shopee*

Nomor : Nota Dinas Kepada Yth,
Lampiran : 1 (satu) eksemplar Dekan Fakultas Ekonomi dan
Hal : **Usulan Munaqasyah** Bisnis Islam UIN SMH Banten
a.n. Nurunajmi Di –
Nim. 211410061 Serang

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Nurunnajmi, NIM. 211410061 dengan judul skripsi “Pengaruh Potongan Harga dan *Seasonal Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Halal di *Platform* Digital Shopee”, 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 di-munaqasyahkan.

Demikian atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, Maret 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Soliyah Wulandari, M.Sc
NIP. 198501022015032004



Irmatul Hasanah, M.Si
NIP. 1991108302019032021

PERSETUJUAN

PENGARUH POTONGAN HARGA DAN *SEASONAL* MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION HALAL* DI *PLATFORM* DIGITAL SHOPEE

Oleh:

Nurunnajmi

NIM: 211410061

Menyetujui,

Pembimbing I



Soliyah Wulandari, M.Sc

NIP. 198501022015032004

Pembimbing II



Irmatul Hasanah, M.Si

NIP. 1991108302019032021

Mengetahui,

Dekan



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si

NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan



Asep Dadan Suganda, M.Sh., Ec.

NIP. 198204222023211018

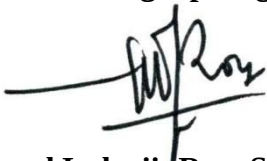
PENGESAHAN

Skripsi a.n. Nurunnajmi NIM: 211410061 yang berjudul: **“Pengaruh Potongan Harga dan *Seasonal Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Halal di *Platform* Digital Shopee”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada 18 juni 2025, 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.

Serang, 18 juni 2025

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Mochamad Indrajit Roy, S.P., M.M
NIP. 198011292015031001

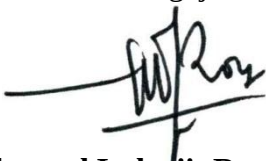
Sekretaris Merangkap Anggota



Ma'mun Nawawi, M.E
NIP. 199303022019031009

Anggota-Anggota,

Penguji I



Mochamad Indrajit Roy, S.P., M.M
NIP. 198011292015031001

Penguji I



Denara Akmal, M.Acc
NIP. 199508042022032002

Pembimbing I



Soliyah Wulandari, M.Sc
NIP. 198501022015032004

Pembimbing II



Irmatul Hasanah, M.si
NIP. 1991108302019032021

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, serta cinta yang tiada batas. Tak lupa, saya juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan dan ilmu yang sangat berharga. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik.

MOTTO

وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ

*"Dan barang siapa bersyukur, maka sesungguhnya
dia bersyukur untuk dirinya sendiri."*

(Q.S Luqman: 12)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Nurunnajmi, lahir di Serang pada 11 Mei 2003. Penulis merupakan anak dari ayah bernama H. Satriadi dan ibu Bernama Hj. Masitoh. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN Kragilan 5 dari tahun 2009 hingga 2015, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN Kragilan 1 pada tahun 2015 dan lulus pada 2018. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di SMAN 1 Ciruas dari tahun 2018 hingga 2021.

Pada tahun 2021, penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan akademik dan non-akademik. Di luar kegiatan non-akademik penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah dari tahun 2021 hingga 2022 dan diberi amanah untuk bidang Pemberdayaan Perempuan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya bagi kita kaum muslimin atas nikmat iman dan Islam dan karunianya sehingga kita senantiasa diberikan rahmat dan kesehatan. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, atas rahmat yang diberikan Allah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Potongan Harga dan *Seasonal Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Halal di *Platform* Digital Shopee" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Asep Dadan Suganda, M.Sh., Ec selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.

4. Soliyah Wulandari, M.Sc, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Irmatul Hasanah, M.si, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Mamah dan Bapak, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
7. Orang terkasih yang selalu memberikan dukungan penuh dan motivasi selama menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan serta semua pihak yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Serang, Maret 2025

Penulis,

Nurunnajmi
NIM. 211410061

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Perumusan Masalah.....	10
D. Batasan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II: KERANGKA TEORETIS.....	15
A. <i>Grand Theory</i>	15

B. Keputusan Pembelian	20
C. Potongan Harga	23
D. <i>Seasonal Marketing</i>	27
E. <i>Fashion</i> Halal	36
F. Penelitian Terdahulu.....	39
G. Kerangka Berpikir	42
1. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Fashion</i> Halal di Platform Digita Shopee.....	43
2. Pengaruh <i>Seasonal Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Fashion</i> Halal di <i>Platform</i> Digital Shopee.....	45
H. Hipotesis	49
I. Model Penelitian.....	50
BAB III: METODE PENELITIAN	51
A. Ruang Lingkup Penelitian	51
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Sumber Data	51
2. Teknik Pengumpulan Data	52
C. Jenis Penelitian	53
D. Populasi dan Sampel.....	54
1. Populasi.....	54
2. Sampel	55
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	57
1. Operasional Variabel	57
a. Variabel Bebas	59
b. Variabel Terikat	59
2. Skala Pengukuran Variabel.....	59
F. Teknik Analisis Data	60

1. Uji Kualitas Data	61
a. Uji Validitas.....	62
b. Ujian Reliabilitas (Cronbach's Alpha)	63
2. Statistik Deskriptif.....	64
3. Uji Asumsi Klasik	64
a. Uji Normalitas	65
b. Uji Multikolinearitas.....	65
c. Uji Heteroskedastisitas	66
4. Uji Hipotesis.....	66
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
b. Analisis Koefisien Determinasi (Uji <i>Adjusted R</i> ²)	68
c. Uji t.....	68
d. Uji F.....	69
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
A. Gambaran Umum Sampel Penelitian	71
1. Data Sampel Berdasarkan Usia	71
2. Data Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
3. Data Sampe Berdasarkan Profesi	73
4. Data Sampel Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	74
5. Data Sampel Berdasarkan Intensitas Belanja di Shopee	75
B. Statistik Deskriptif.....	76
C. Analisis Data.....	79
1. Uji Kualitas Data	79
a. Uji Validitas.....	79
b. Uji Reliabilitas.....	83
2. Uji Asumsi Klasik	84
a. Uji Normalitas	84

b. Uji Multikolinearitas.....	85
c. Uji Heteroskedastisitas	87
3. Uji Hipotesis	88
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	88
b. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	90
c. Uji F-Simultan	91
d. Uji t-Parsial.....	92
D. Pembahasan	93
1. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian	95
2. Pengaruh <i>Seasonal Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	96
3. Pengaruh Potongan Harga dan <i>Seasonal Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Fashion</i> Halal di Platform Digital Shopee	99
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	101
A. Kesimpulan	101
B. Keterbatasan Penelitian.....	102
C. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Sampel Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Sampel Berdasarkan Profesi	73
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Sampel Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	74
Tabel 4.5 Distribusi Sampel Berdasarkan Intensitas Belanja di Shopee...	75
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.11 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.14 Hasil Uji F-Simultan.....	91
Tabel 4.15 Hasil Uji t-Parsial	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kunjungan <i>E-Commerce</i> Shopee	2
Gambar 2.1 Bagan Model Penelitian.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	KUESIONER PENELITIAN
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Hasil Uji Kualitas Data
Lampiran IV	Statistik Deskriptif, Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi
Lampiran V	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran VI	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran VII	Tabel r
Lampiran VIII	Tabel F untuk α 0,05
Lampiran IX	Tabel t
Lampiran X	Dokumentas