

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
DAN ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN BELI KONSUMEN PADA PRODUK “SIGNORA” DI CV  
CAHAYA ARTHA SENTOSA CABANG BANGIL PASURUAN**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**CICIK URINDA**

**NIM: 201786290002**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2021**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
DAN ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN BELI KONSUMEN PADA PRODUK “SIGNORA” DI CV  
CAHAYA ARTHA SENTOSA CABANG BANGIL PASURUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Universitas Yudharta Pasuruan

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh:**

**CICIK URINDA**

**NIM: 201786290002**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**JULI 2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Cicik Urinda  
NIM : 201786290002  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli  
Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Pengambilan  
Keputusan Beli Konsumen Pada Produk “Signora” Di Cv  
Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan  
di depan Dewan Penguji



Pasuruan, 05 Juli 2021

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Ekonomi Syariah

  
  
**Dr. Sukamto, S.Ag., MEI**  
NIP. Y 0860905063



**M. Dayat, S.PdI, MM**  
NIP. Y. 0690900038

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi oleh Cicik Urinda ini telah dipertahankan  
di depan Dewan Penguji pada tanggal 05 Juli 2021

Pasuruan, 05 Juli 2020



Mengesahkan,

(Alimatul Farida, SE, MM), Penguji I  
NIP. Y 0860505055



(Abdillah Mundir, SE, MM), Penguji II  
NIP. Y 0861109092




(M. Dayat, S. PdI, MM), Penguji III  
NIP. Y 0690900038

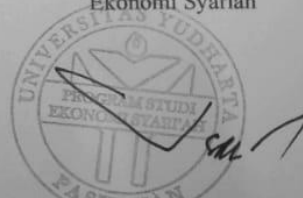
Mengetahui,

Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Yudharta Pasuruan

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



**Dr. Ahmad Ma'ruf S. PdI, M. PdI**  
NIP. Y 0860805073



**Dr. Sukanto, S. Ag., MEI**  
NIP. Y 0860905063

**MOTTO**

**Be the best then you'll be the foremost**

|

**Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan**

**Allah**

**( Q.S Huud : 88 )**

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahillobbil alamin*, segala puji untuk Mu Ya Rabb atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunia yang Engkau berikan selama ini.

Teriring doa, rasa syukur dan segala kerendahan hati

Dengan segala cinta dan kasih sayang kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang akan selalu berharga dalam hidupku:

Ayahanda Alm. Suroto dan Jatmiko

Ibunda Sumiati

Ibuku tercinta yang telah rela berjuang dan mengorbankan segalanya untuk kesuksesan anaknya. Dari ananda kecil hingga ananda dewasa tiada pernah berubah. Ananda akan menjadi yang terbaik. Ananda akan selalu membuatmu bahagia. Dan untuk Ayah terimakasih telah mengajarku arti hidup, semoga kelak bisa meringankan langkahmu.

Suamiku M. Edi Suliswanto

Terimakasih atas semua doa, perhatian, semangat dan motivasi untuk tetap tegar terus dan maju dan bertahan.

Putriku Tercinta Khalisa Alicia Humaira

Terimakasih atas keceriaan yang selalu mengukir senyum dan kebahagiaan dalam hidupku.

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cicik Urinda  
NIM : 201786290002  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli  
Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Pengambilan  
Keputusan Beli Konsumen Pada Produk “Signora” Di Cv  
Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pemikiran saya sendiri. Apabila dalam kemudian hari terdapat penuntutan dalam pihak lain bukan menjadi tanggungjawab dosen pembimbing maupun pihak Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, tetapi tanggungjawab penulis sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Pasuruan, 05 Juli 2021



**Cicik Urinda**  
NIM: 201786290002

## ABSTRAK

**Cicik Urinda: 201786290002. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Pengambilan Keputusan Beli Konsumen Pada Produk “Signora” Di Cv Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan. Skripsi.** Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen Pembimbing: M. Dayat, SpdI, MM  
**Kata Kunci:** minat, pengambilan keputusan, Signora

Industri rumah tangga mengalami perkembangan setiap tahun. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh pola hidup yang lebih sehat dalam masyarakat. Selain itu tingginya peluang pangsa pasar di Indonesia yang kaya akan kuliner menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha dibidang peralatan rumah tangga. Namun dalam mengembangkan bisnis peralatan rumah tangga perlu diimbangi dengan kualitas mutu yang baik dengan harga kompetitif. Tentunya hal ini menjadi suatu kajian yang menarik untuk diteliti. Penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Pengambilan Keputusan Beli Konsumen Pada Produk “Signora” Di Cv Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan” bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, mengetahui faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan membeli, serta faktor dominan yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam pengambilan keputusan produk Signora di CV Cahaya Artha Sentosa.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang dilakukan melalui wawancara dan observasi, serta didukung oleh data sekunder melalui SOP Penjualan, katalog, dan informasi dari sales. Sedangkan prosedur pengumpulan data menggunakan metode triangulasi yang meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan analisa data diperoleh kesimpulan bahwa faktor minat beli konsumen didominasi oleh faktor kualitas. Sedangkan faktor pengambilan keputusan konsumen Signora didominasi oleh faktor pribadi.



## ABSTRACT

**Cicik Urinda: 201786290002. Analysis of Factors That Influence The Interest of Buying and Islamic Marketing ethics on consumer purchasing decisions on "Signora" Products at CV Cahaya Artha Sentosa Bangil Pasuruan Branch. Thesis.** Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Religion, University of Yudharta Pasuruan. Supervisor: M. Dayat, SpdI, MM

**Keywords:** interest, decision making, Signora

The home industry is developing every year. This development is influenced by a healthier lifestyle in society. In addition, the high opportunity for market share in Indonesia, which is rich in culinary arts, is a business opportunity for entrepreneurs in the field of household appliances. However, in developing a household appliance business, it is necessary to balance it with good quality at competitive prices. Of course, this is an interesting study to study. The research with the title "Analysis of Factors That Influence The Interest of Buying and Islamic Marketing ethics on consumer purchasing decisions on "Signora" Products at CV Cahaya Artha Sentosa Bangil Pasuruan Branch" aims to determine the factors that influence consumer buying interest, determine the factors that influence purchasing decisions, and the factors that influence consumer buying interest. dominant influence on consumer buying interest in decision making Signora products at CV Cahaya Artha Sentosa.

This research uses a qualitative approach with a descriptive type of research. The data sources used are primary data sources conducted through interviews and observations, and supported by secondary data through Sales SOPs, catalogs, and information from sales. While the data collection procedure used the triangulation method which included interviews, observation and documentation.

Based on the data analysis, it can be concluded that the consumer buying interest factor is dominated by the quality factor. Meanwhile, Signora's consumer decision-making factors are dominated by personal factors.

## نبذة مختصرة

تحليل العوامل التي تؤثر على مصلحة الشراء واتخاذ قرار المستهلك بشأن منتج. Cicik Urinda: 201786290002. أطروحة. "Signora" CV Cahaya Artha Sentosa Bangil Pasuruan Branch. المشرف: M. Dayat SpdI, MM. كلية الدين الإسلامي، جامعة إندونيسيا سورابايا

### Signora الفائدة، اتخاذ القرار، الكلمات المفتاحية

يتأثر هذا التطور بنمط حياة أكثر صحة في المجتمع. الصناعة المنزلية تتطور كل عام بالإضافة لذلك، فإن الفرص الكبيرة للحصول على خصم في السوق في إندونيسيا، الغنية بتقنياتها، هي فرصة عمل لأصحاب مشاريعهم في مجال الأجهزة المنزلية. ومع ذلك، عند تطوير أعمال الأجهزة المنزلية، من الضروري موازنة ذلك بجودة جيدة وبأسعار تنافسية. يهدف الباحثون. بالطبع، هذه دراسة ممتعة للدراسة "Signora" CV Cahaya Artha Sentosa Bangil Pasuruan Branch "تحليل العوامل التي تؤثر علينا اهتمام الشراء واتخاذ قرار المستهلك ضد المنتج"

التحديد العوامل التي تؤثر علينا اهتمام المستهلك بالشراء، وتحديد العوامل التي تؤثر على قرار الشراء، بالإضافة إلى العوامل في Signora التي تؤثر علينا اهتمام المستهلك بالشراء. التأثيرات الرئيسية هي اهتمامنا بمنتجات المستهلك التي تصنع القرار منتجات CV Cahaya Artha Sentosa.

يستخدم هذا البحث المنهج النوعي. مصادر البيانات المستخدمة هي مصادر البيانات الأولية التي تم إجراؤها من خلال المقابلات والملاحظات، ومدعومة ببيانات ثانوية. تم إجراء اتصالات مع الموردين للمبيعات والكتالوجات والمعلومات من المبيعات. بينما استخدمت إجراءات جمع البيانات بطريقة التتبع التي تضمنت المقابلات والملاحظات الوثائق. بناءً على تحليل البيانات، يمكن استنتاج أن أعمال الجودة هي من العوامل التي تؤثر على المستهلك Signora وفي الواقع نفسه، تهتمنا بالخصم على أعمالنا للشخصية على أعمالنا للشخصية.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Proposal skripsi dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Produk “Signora” Di Cv Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan*”. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sampaikan pada baginda Nabi besar Muhammad semoga kita termasuk orang yang mendapat syafaatnya di hari akhir kelak. Dalam penulisan proposal ini, penulis banyak menemukan kesulitan dan halangan yang menghambat jalannya penulisan proposal ini. Tetapi berkat ridha Allah SWT dan dukungan dari semua pihak, proposal ini dapat penulis selesaikan. Maka dengan ini sangat besar rasa terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. KH. M. Soleh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa dan Pembina Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Bapak Dr. H. Kholid Murtadlo, S.E., M.E., selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan
3. Bapak Ahmad Ma'ruf S.PdI, M.PdI selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Bapak Sukamto, S.Ag., MEI selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan serta pembimbing selama melaksanakan Tugas Akhir.
5. Bp Dayat, SpdI, MM selaku dosen pembimbing yang senantiasa teriring dalam setiap langkah pengerjaan tugas akhir ini.
6. Ibu, Ayah, suami dan putri kecilku tercinta yang telah mendukung dalam segala hal.
7. Sahabat-sahabat Esy '17 serta yang tergabung di HIMAESY yang sudah memberi dukungan semangat dan motivasi.
8. Kepada Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih semoga amal ibadah kalian dilipatgandakan oleh Allah SWT.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat dalam pembuatan Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih jauh dari sempurna. Dengan ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan kepenulisan yang lebih baik. Semogalaporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh civitasakademika Universitas Yudharta Pasuruan serta pembaca pada umumnya.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pasuruan, 05 Juli 2021

Penulis

**Cicik Urinda**  
**NIM: 201786290002**

## DAFTAR ISI

Cover Luar .....	i
Cover Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	vii
Abstrak Berbahasa Indonesia .....	viii
Abstrak Berbahasa Inggris .....	ix
Abstrak Berbahasa Arab .....	x
Kata Pengantar .....	xi
Daftar Isi.....	xii
Transliterasi.....	xvi
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Fokus Penelitian.....	11
D. Tujuan Penelitian .....	11

E. Manfaat Penelitian .....	12
F. Definisi Operasional .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Landasan Teori .....	18
1. Pemasaran Dalam Perspektif Islam .....	18
2. Minat Beli Konsumen.....	22
3. Perilaku Konsumen.....	24
4. Keputusan Pembelian .....	30
C. <i>Theoretical Framework</i> (Kerangka Teoritis) .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
B. Kehadiran Peneliti .....	37
C. Lokasi Penelitian .....	37
D. Data dan Sumber Data .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Analisis Data.....	41
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	41
H. Tahapan Penelitian.....	42
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Paparan Data .....	44
1. Sejarah Singkat Signora.....	44
2. Identitas Perusahaan .....	45

3. Visi dan Misi Perusahaan .....	45
4. Logo Perusahaan.....	46
5. Struktur Organisasi .....	46
6. Job Description .....	47
7. Sumber Daya Manusia di Perusahaan .....	51
<b>B. Temuan Penelitian .....</b>	<b>60</b>
1. Penjualan Produk Signora.....	60
2. Tahapan-tahapan Proses Penjualan Produk Signora.....	61
3. Sistem Pembayaran.....	67
4. Fasilitas dan Kemudahan Konsumen Signora .....	69
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Konsumen di CV Cahaya Artha Sentosa.....	73
B. Pengambilan Keputusan Konsumen Produk Signora.....	85
C. Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Produk Signora di CV Cahaya Artha Sentosa .....	89
D. Pemasaran Produk Signora dalam Perspektif Etika Pemasaran Islam	91
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran .....	96
Daftar Pustaka .....	98

## TRANSLITERASI

No	Arab	Indonesia	Keterangan	Arab	Indonesia	Keterangan
1	ا	‘	Koma diatas	ط	t.	Te dg titik dibawah
2	ب	b	Be	ظ	z	Zed
3	ت	t	Te	ع	‘	Koma diatas terbalik
4	ث	th	te ha	غ	gh	Ge ha
5	ج	j	Je	ف	f	Ef
6	ح	h.	Ha dg titik dibawah	ق	q	Qi
7	خ	kh	ka ha	ك	k	Ka
8	د	d	De	ل	l	El
9	ذ	dh	De ha	م	m	Em
10	ر	r	Er	ن	n	En
11	ز	z	Zed	و	w	We
12	س	s	Es	ه	h	Ha
13	ش	sh	Es ha	ء	‘	Koma diatas
14	ص	s.	Es dg titik dibawah	ي	y	Es dg titik dibawah
15	ض	d.	De dg titik dibawah	-	-	De dg titik dibawah



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2.2 Perbedaan Sistem Pemasaran Konvensional dengan Sistem Pemasaran Syariah.....	19
Tabel 4.1 Data Penjualan Produk Signora 2021 .....	60
Tabel 4.2 Kategori Hadiah Produk Signora .....	71
Tabel 5.1 Sampel Produk Terlaris Pada CV Cahaya Artha Sentosa.....	77
Tabel 5.2 Perbandingan Harga Dan Total Penjualan Produk Mixer “Signora” .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theoretical Framework</i> .....	34
Gambar 3.1 Triangulasi Data dengan Sumber .....	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	46
Gambar 4.3 Tahapan Penjualan Produk Signora Di CV Cahaya Artha Sentosa Bangil Pasuruan.....	61
Gambar 4.4 Bukti Fisik Surat Perjanjian Kredit .....	63
Gambar 4.5 Bukti Fisik Kwitansi .....	64
Gambar 4.6 Surat Perjanjian Online .....	66
Gambar 4.7 Formulir Pengajuan Garansi .....	70
Gambar 5.1 Contoh Produk Loyang Dengan Material Bahan Berkualitas Tinggi.....	74
Gambar 5.2 Daftar Harga New Kompor Stainless dalam Harga Cash dan Angsuran.....	78
Gambar 5.3 lokasi strategis dan titik koordinat CV Cahaya Artha Sentosa Cabang Bangil Pasuruan.....	80
Gambar 5.4 Kerangka Konsep Minat Beli Konsumen Produk “Signora” .....	82
Gambar 5.5 Kerangka Konsep Pengambilan Keputusan Produk “ Signora” ....	85
Gambar 5.6 Peta Konsep Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Produk “Signora” .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Foto Katalog Produk Signora .....
Lampiran Dokumentasi Konsumen Signora .....
Lampiran Dokumentasi Wawancara .....
Lampiran Gudang Stok Produk Signora CV Cahaya Artha Sentosa .....
Lampiran Data Informan Sales atau Marketing .....
Lampiran Instrumen Penelitian .....
Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....
Lampiran Lembar Bimbingan Skripsi.....

