

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P (*PRODUK, PRICE, PLACE, PROMOTION*) DAN KUALITAS PELAYANAN BERBASIS SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI DI TOKO YUNIKA JABON SIDOARJO

SKRIPSI



OLEH:

Anita Agustining Rahayu

NIM: 201786290014

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P (*PRODUK, PRICE, PLACE, PROMOTION*) DAN KUALITAS PELAYANAN BERBASIS SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI DI TOKO YUNIKA JABON SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Yudharta Pasuruan

untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E.)



OLEH:

Anita Agustining Rahayu

NIM: 201786290014

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Anita Agustining Rahayu

NIM : 201786290014

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Produc, Price, Place, Promotion*)

Dan Kualitas Pelayanan Bebas Syariah Terhadap Keputusan
Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk disetujui

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Ekonomi Syariah

Pasuruan, 28 Juli 2021

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Sukamto, S. Ag., MEI

NIP.Y 0860905063

Abdillah Mundir, SE., MM

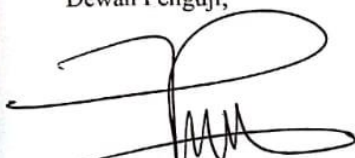
NIP.Y 0860902082

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Anita Agustining Rahayu ini telah dipertahankan di depan Dewan
Penguji pada tanggal 05 Juli 2021

Pasuruan, 05 Juli 2021

Dewan Penguji,



(Muhammad Nizar, S.E, M.E. I), Penguji I
NIP.Y: 0861109092



(Aslikhah, S.E.I MEI), Penguji II
NIP.Y: 0861109090



(Abdillah Mundir, SE, MM), Penguji III
NIP.Y: 0860902082

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Yudharta Pasuruan



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



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

MOTTO

“Jalani, Nikmati, Syukuri”

“Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Lakukan yang kau bisa. (Arthur Ashe)”

“Bahagia”

“Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik (QS. An-Nahl: 97)”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk :

Ayah, Ibu, Adik laki-laki Muhammad Irfan Maulana, Adik Perempuan Rahma Azmi Athifah, dan seluruh keluarga besar yang menjadi tujuan utama dalam hidupku yang selalu memberikanku dorongan dan semangat. Semua teman seperjuangan, dan seluruh keluarga kecil di kamar 1.08. Untuk calon imam dan putra-putri kelak.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrohmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Anita Agustining Rahayu

NIM : 201786290014

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Produc, Price, Place, Promotion*)

Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan

Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo

Alamat : Kluweh Dukuhsari RT: 15 RW: 04 Jabon Sidoarjo

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga-lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi (jiplakan) atas karya orang lain.
- 3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Jabon, 05 Juli 2021

Anita Agustining Rahayu

ABSTRAK

Rahayu, Anita A, 2021. **Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Product, Price, Place, Promotion*) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo.**

Skripsi. Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan. Pembimbing : Abdillah Mundir, SE, MM.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah, Keputusan Konsumen Untuk Membeli

Pemasaran berarti segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan, sedangkan *marketing syariah* adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, pelayanan, dari seorang produsen, atau satu perusahaan atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran islam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berbasis syariah berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan regresi linier berganda, uji t, dan uji f yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sedangkan instrumen dalam penelitian yang digunakan adalah *skala likert*.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut 1) Bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli konsumen di Toko Yunika. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji T_{hitung} lebih besar daripada T_{tabel} ($7,272 > 2,00665$). 2) Kualitas pelayanan berbasis syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli di Toko Yunika. Hal ini ditunjukkan dengan T_{hitung} lebih besar daripada T_{tabel} ($6,020 > 2,00665$). 3) Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan beli konsumen di Toko Yunika dengan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($27,828 > 3,17$).

ABSTRACT

Rahayu, Anita A, 2021. **The Influence of 4p Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion) and Sharia-Based Service Quality on Consumer Purchase Decisions at Yunika Jabon Sidoarjo Stores.**

Undergraduate Thesis. Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan. Advisors : Abdillah Mundir, SE, MM.

Keywords: Marketing Mix, Sharia-Based Service Quality, Consumer's Decision To Buy

Marketing means everything that a producer can offer to be noticed, requested, sought, purchased, used or consumed by the market as a fulfillment of the needs or desires of the market concerned, while Sharia marketing is a business strategy that must swing all activities in a company, covering the entire process, creating, offering, exchanging value, service, from a producer, or one company or individual, in accordance with islamic teachings.

The purpose of this study is to find out whether sharia-based marketing mix and service quality strategies have an effect on consumer buying decisions. The approaches used by researchers in the study are quantitative approaches with multiple linear regressions, t tests, and f tests that use data collection techniques through questionnaires. While the instrument in the research used is the likert scale.

Based on the results of research and regression analysis results that have been done, it can be concluded as follows 1) The marketing mix has a significant effect on consumer buying decisions in Yunika Stores. This is indicated by a thitung test score greater than Ttabel ($7.272 > 2.00665$). 2) The quality of Sharia-based servants has a significant influence on consumer buying decisions in Yunika Stores. This is indicated by Thitung is larger than Ttabel ($6.020 > 2.00665$). 3) The marketing mix and service cauldron are jointly influential on consumer buying decisions in Yunika Stores with Fhitung greater than Ftabel ($27,828 > 3.17$).

مستخلص البحث

رهايو، أنيتا أ، 2021. تأثير ماركتينغ ميك(المنتج والسعر والمكان والترويج) وجودة الخدمة القائمة على الشريعة على قرارات شراء المستهلك في متاجر يونيكا جابون سيدوارجو. اطروحة. علم الاقتصاد الشرعي، كلية الدين الإسلامي، جامعة يودهارتا باسوران. الدليل: عبد الله مندر، SE، الملليمتر.

الكلمات الرئيسية: مزيج التسويق، جودة الخدمة القائمة على الشريعة الإسلامية، قرارات الشراء

التسويق يعني كل ما يمكن أن يقدمه المنتج لكي يلاحظه السوق أو يطلبه أو يسعى إليه أو يشتريه أو يستخدمه أو يستهلكه وفاء باحتياجات أو رغبات السوق المعنية، في حين أن التسويق الشرعي هو استراتيجية تجارية يجب أن تتأرجح بين جميع الأنشطة في الشركة، وتغطي العملية برمتها، وخلق، وتقديم، وتبادل القيمة، والخدمة، من منتج، أو شركة واحدة أو فرد، وفقا للتعاليم الإسلامية.

الغرض من هذه الدراسة هو معرفة ما إذا كان مزيج التسويق القائم على الشريعة واستراتيجيات جودة الخدمة لها تأثير على قرارات شراء المستهلك. والنهج التي استخدمها الباحثون في الدراسة هي نهج كمية ذات تراجع خطي متعدد، واختبارات t ، واختبارات f التي تستخدم تقنيات جمع البيانات من خلال الاستبيانات. في حين أن الأداة المستخدمة في البحث هي مقياس الضرر.

استنادا إلى نتائج البحث وتحليل الانحدار التي تم القيام به، يمكن أن تحتتم على النحو التالي (1) مزيج التسويق له تأثير كبير على قرارات شراء المستهلك في متاجر يونيكا. ويشار إلى ذلك من خلال درجة اختبار t أكبر من (2). $(7.272 > 2.00665)$ T_{table} نوعية الخدم القائمين على الشريعة لها تأثير كبير على قرارات شراء المستهلك في متاجر يونيكا. وهذا ما أشار إليه تاهتونغ أكبر من تايبيل (6.020) < 2.00665 (3). مزيج التسويق ومرجل الخدمة هي ذات تأثير مشترك على قرارات شراء المستهلك في متاجر يونيكا مع F_{hitung} أكبر من $(27828 > 3.17)$ F_{table} .

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Proposal skripsi dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (Produc, Price, Place, Promotion) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo*”. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sampaikan pada baginda Nabi besar Muhammad SAW 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. Kedua Orangtua Ayah Imam Wahono dan Ibunda Bashitih yang telah mendukung dan memberikan semangat serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini.
3. Dr. H. Kholid Murtadlo, S.E., M.E., selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Dr. Asrul Anan S.Pd.I., M.Pd.I., selaku Wakil Rektor I Universitas Yudharta Pasuruan.

5. Dr. Hambali S.Pd.I., M.Si., selaku Wakil Rektor II Universitas Yudharta Pasuruan.
6. Dr. Khoirul Huda, S.H., M. Hum., selaku Wakil Rektor III Universitas Yudharta Pasuruan.
7. Dr. Ahmad Ma'ruf, S. PdI, M. PdI, selaku Dekan Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Yudharta Pasuruan.
8. Sukanto S.Ag., ME., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah yang banyak membantu dalam penyelesaian tugas skripsi ini.
9. Abdillah Mundir, S.E., MM selaku dosen Universitas Yudharta Pasuruan dan sebagai pembimbing skripsi yang banyak membantu dalam penyelesaian tugas skripsi ini.
10. Bagian Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan serta seluruh staf dan dosen pengajar Program Studi Ekonomi Syari'ah yang senantiasa memberikan ilmu serta dukungan kepada penulis.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Ekonomi Syari'ah 2017 yang namanya tidak dapat dituliskan satu per satu serta semua pihak terkait yang telah membantu dalam penyelesaian tugas skripsi ini.

Tidak dapat dipungkiri, skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu diperlukan adanya kritikan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Namun demikian, dengan segala kekurangan yang ada, karya ilmiah ini setidaknya diharapkan dapat memberikan wawasan kepada penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Mudah - mudahan karya ilmiah yang sederhana ini bisa bermanfaat dan menjadi salah satu amal shaleh dalam mencari keridhaan-Nya. Semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada kita

semua. Selanjutnya, hanya kepada Allah-lah penulis berserah diri dan memohon pertolongan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pasuruan, 05 Juli 2021

Penulis

Anita Agustining Rahayu

NIM: 201786290014

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
مستخلص البحث.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	18
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Definisi Istilah.....	Error! Bookmark not defined.
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Asumsi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2. Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah..	Error! Bookmark not defined.
3. Keputusan Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
4. Toko busana.....	Error! Bookmark not defined.

C. Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Definisi Konseptual dan Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1. Variabel (X).....	Error! Bookmark not defined.
2. Variabel Keputusan Beli Konumen (Y).....	Error! Bookmark not defined.
C. Sumber dan Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi.	Error! Bookmark not defined.
E. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
H. Analsis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3. Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4. Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL ANALISIS ...	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Unit Usaha	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Analisis	Error! Bookmark not defined.
1. Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
2. Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
a. Variabel Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
b. Variabel Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah	Error! Bookmark not defined.
c. Variabel Keputusan Beli Konsumen ...	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.

a.	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji T	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji F	Error! Bookmark not defined.
5.	Uji Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB V PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
1.	Pengaruh Bauran Pemasaran (X_1) terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo dari hasil uji hipotesis, H_1 diterima.	Error! Bookmark not defined.
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah (X_2) terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli di Toko Yunika Jabon Sidoarjo dari hasil uji hipotesis, H_2 diterima.	Error! Bookmark not defined.
3.	Pengaruh Bauran Pemasaran (X_1) dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah (X_2) Berpengaruh Bersama-sama terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli di Toko Yunika Jabon Sidoarjo dari hasil uji hipotesis, H_3 diterima.	Error! Bookmark not defined.
BAB VI PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
A.	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Kunjungan.....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Bauran Pemasaran.....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan Berdasarkan Syariah.....	66
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Beli.....	73
Tabel 4.10 Analisis Validitas Dan Reliabilitas Bauran Pemasaran.....	81
Tabel 4.11 Analisis Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Syariah.....	83
Tabel 4.12 Analisis Validitas Dan Reliabilitas Keputusan Beli Konsumen.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	90
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	92
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	33
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Profil Responden

Lampiran 3 Persentasi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Analisis

Lampiran 5 Dokumentasi

Lampiran 6 Wawancara

Lampiran 7 Data Analisis