

**PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI
E-COMMERCE TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

TASYA NAFA FADILAH

NIM 1908203130

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1444 H/ 2023 M**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI
E-COMMERCE TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

TASYA NAFA FADILAH

NIM : 1908203130

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1444 H/ 2023 M**

ABSTRAK

TASYA NAFA FADILAH. NIM: 1908203130, “PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI E-COMMERCE TIKTOK SHOP”, 2022.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, memunculkan proses penjualan dan pembelian produk dan jasa secara online yaitu *e-commerce* yang membuat persaingan menjadi ketat. Dengan berkembangnya teknologi internet dan dengan adanya *e-commerce* telah memberikan kemudahan konsumen yang membuat minat beli secara online meningkat. Saat ini sudah banyak *e-commerce* yang ada di Indonesia, salah satunya Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi media sosial populer di dunia saat ini, dengan memanfaatkan hal tersebut Tiktok mengeluarkan fitur baru yaitu Tiktok Shop yang menjadi pesaing baru bagi *e-commerce* lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dari pertanyaan-pertanyaan yang menjadi rumusan masalah: “Bagaimana pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel harga produk dan variabel promosi terhadap minat beli mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon melalui *e-commerce* Tiktok Shop”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *Non-probability sampling* dan jenis pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga produk dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon melalui *e-commerce* tiktok shop.

Kata kunci: Harga produk, promosi, minat beli, *e-commerce*

ABSTRACT

TASYA NAFA FADILAH. NIM: 1908203130, "THE INFLUENCE OF PRODUCT PRICE AND PROMOTION ON BUYING INTERESTS IN IAIN SYEKH NURJATI CIREBON STUDENTS THROUGH E-COMMERCE TIKTOK SHOP," 2022.

Technological developments are increasingly rapid, giving rise to the process of selling and buying products and services online, namely e-commerce, which makes competition fiercer. With the development of internet technology and the existence of e-commerce, it has provided convenience for consumers, which has increased interest in buying online. Currently, there are many e-commerce sites in Indonesia, one of which is TikTok. TikTok is a popular social media application in the world today. By taking advantage of this, TikTok has released a new feature, namely TikTok Shop, which is a new competitor for other e-commerce sites.

This study aims to answer the questions that form the formulation of the problem: "How is the partial and simultaneous influence of product price variables and promotion variables on the buying interest of IAIN Syekh Nurjati Cirebon students through an e-commerce TikTok Shop?" . The research method used in this study is quantitative research. The sampling used in this study was done using the non-probability sampling method, and the type of sampling used was purposive sampling. The number of samples in this study was 150. The analytical methods used are the research instrument test, the classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and the coefficient of determination test.

The results of this study indicate that the product price and promotion variables partially and simultaneously have a positive and significant effect on the buying interest of IAIN Syekh Nurhati Cirebon students through the TikTok Shop e-commerce.

Keywords: product price, promotion, buying interest, e-commerce

الملخص

تش نف فضيلة. NIM: 1908203130 ، "تأثير سعر المنتج والترويج له على شراء الفائدة لدى طلاب IAIN SYEKH NURJATI CIREBON من خلال متجر التجارة الإلكترونية "TIKTOK" ، ٢٠٢٢.

التطورات التكنولوجية سريعة بشكل متزايد ، مما أدى إلى عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت ، وبالتحديد التجارة الإلكترونية ، مما يجعل المنافسة أكثر شراسة. مع تطور تكنولوجيا الإنترنت ووجود التجارة الإلكترونية ، فقد وفرت الراحة للمستهلكين مما زاد من الاهتمام بالشراء عبر الإنترنت. يوجد حاليًا العديد من مواقع التجارة الإلكترونية في إندونيسيا ، أحدها TikTok. Tiktok هو تطبيق وسائط اجتماعية شهير في العالم اليوم ، من خلال الاستفادة من هذا ، أصدر TikTok ميزة جديدة ، وهي Tiktok Shop ، وهو منافس جديد للتجارة الإلكترونية الأخرى.

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التي تشكل صياغة المشكلة: "كيف يتم التأثير الجزئي والمتزامن لمتغيرات سعر المنتج ومتغيرات الترويج على الاهتمام الشرائي لطلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon من خلال متجر Tiktok للتجارة الإلكترونية". طريقة البحث المستخدمة في هذه الدراسة هي استخدام طرق البحث الكمي. كان أخذ العينات المستخدمة في هذه الدراسة باستخدام طريقة أخذ العينات غير الاحتمالية وكان نوع أخذ العينات المستخدمة هو أخذ العينات هادفة. بلغ عدد العينات في هذه الدراسة 150 مستجيباً. الطريقة التحليلية المستخدمة هي اختبار أداة البحث واختبار الافتراض الكلاسيكي وتحليل الانحدار الخطي المتعدد واختبار الفرضيات واختبار معامل التحديد.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن متغيرات سعر المنتج والعرض الترويجي جزئياً وفي نفس الوقت لها تأثير إيجابي وهام على الاهتمام الشرائي لطلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon من خلال متجر Tiktok للتجارة الإلكترونية.

الكلمات الرئيسية: سعر المنتج ، الترويج ، الاهتمام بالشراء ، التجارة الإلكترونية



PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

TASYA NAFA FADILAH

NIM : 1908203130

Pembimbing,

Pembimbing I



Mariyah Ulfah, ME.Sy

NIP. 19800805 201701 3 201

Pembimbing II

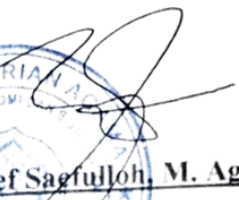


H. Syaeful Bakhri, M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah




Eef Sagfulloh, M. Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Scanned by TapScanner

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati
Di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara Tasya Nafa Fadilah, NIM: 1908203130 dengan judul “ **PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI E-COMMERCE TIKTOK SHOP** “. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Menyetujui,

Pembimbing I



Mariyah Ulfah, ME.Sy

NIP. 19800805 201701 3 201

Pembimbing II

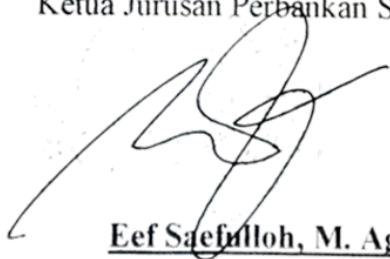


H. Syaeful Bakhri, M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M. Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

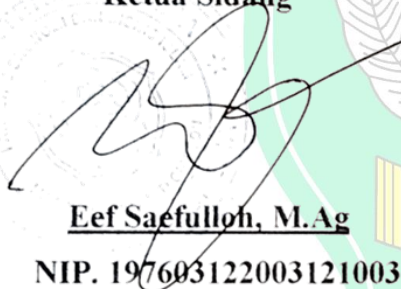
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP”** oleh **Tasya Nafa Fadilah, NIM: 1908203130** telah diajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 24 Februari 2023.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

SIDANG MUNAQOSYAH

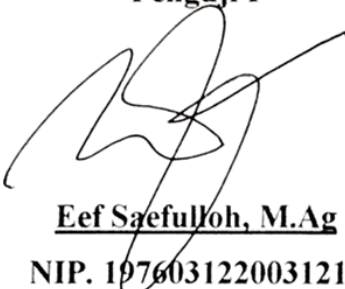
Ketua Sidang


Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 197603122003121003

Sekretaris Sidang


Nur Eka Setiowati, M.Si
NIP. 198103082006042001

Penguji I


Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 197603122003121003

Penguji II


Toto Suharto, M.Si
NIP. 196811232000031001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TASYA NAFA FADILAH

NIM : 1908203130

Tempat Tanggal Lahir : Majalengka, 24 November 2001

Alamat : Dusun Mekar Saluyu RT/RW. 01/06 Desa Mirat Kec.
Leuwimunding Kab. Majalengka

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI E-COMMERCE TIKTOK SHOP”**. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 06 Januari 2023

Saya menyatakan,



TASYA NAFA FADILAH

NIM. 1908203130

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Majalengka tanggal 24 November 2001. Dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Tasya Nafa Fadilah. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Ibu Nunun Sri Nuraeni dengan Bapak Muhamad Irman.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah

1. SDN Mirat III pada tahun 2013
2. MTSN 1 Majalengka pada tahun 2016
3. MAN 2 Majalengka pada tahun 2019

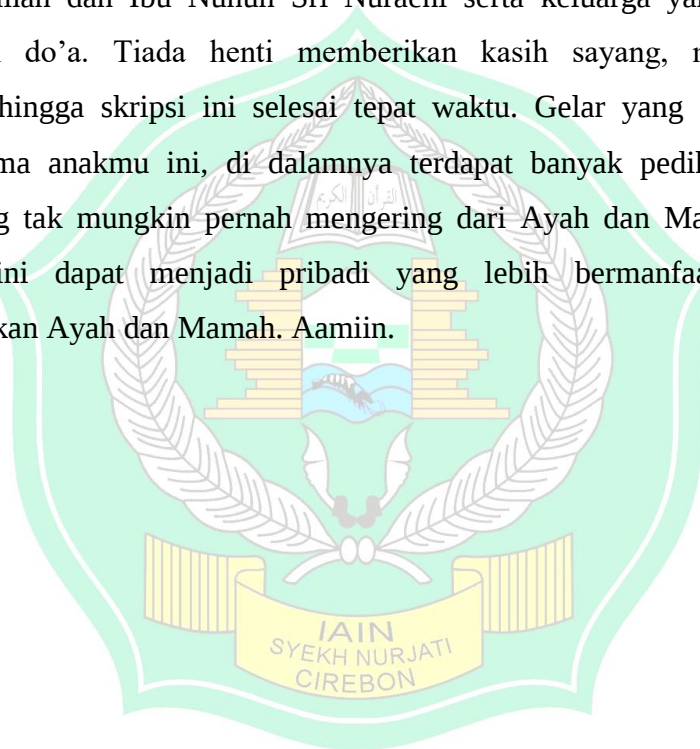
Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi **“PENGARUH HARGA PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON MELALUI E-COMMERCE TIKTOK SHOP”**, dibawah bimbingan Ibu Mariyah Ulfah, ME,Sy dan Bapak H. Syaeful Bakhri, M.Si.



KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat yang kelak akan memberikan syafa'at bagi semua umat yang kelak akan memberikan syafa'at bagi umat-Nya.

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua yaitu Bapak Muhamad Irman dan Ibu Nunun Sri Nuraeni serta keluarga yang tiada henti memanjatkan do'a. Tiada henti memberikan kasih sayang, motivasi serta dukungan sehingga skripsi ini selesai tepat waktu. Gelar yang disematkan di belakang nama anakmu ini, di dalamnya terdapat banyak pedih, pahit, serta keringat yang tak mungkin pernah mengering dari Ayah dan Mamah. Semoga kelak diri ini dapat menjadi pribadi yang lebih bermanfaat dan dapat membahagiakan Ayah dan Mamah. Aamiin.



MOTTO

“Good things takes time”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Melalui *E-Commerce* Tiktok Shop”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun, berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua tercinta yaitu Bapak Muhamad Irman dan Ibu Nunun Sri Nuraeni yang telah memberikan do’a, motivasi dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Eef Saefullah, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Nur Eka Setiowati, M.Si, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Ibu Mariyah Ulfah, ME.Sy selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan arahan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak H. Syaeful Bakhri, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, dan staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, wawasan dan segala bentuk fasilitas yang diberikan.
8. Teman-temanku Ai Tita, Canda, Ina, Intan, Shintya, Thufailah dan Triya.

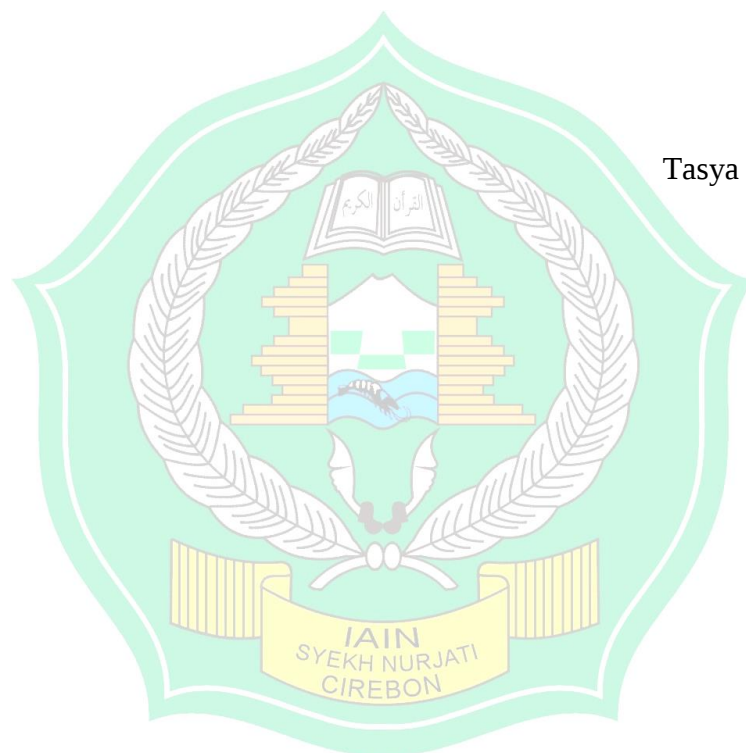
9. Teman-teman seperjuangan KKN, PPL dan teman-teman kelas Perbankan Syariah D.

10. Seluruh teman-teman Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2019.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terima kasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Cirebon, 06 Januari 2023

Penyusun



Tasya Nafa Fadilah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
المخلص.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN.....	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Teori dan Konsep	12
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran.....	33

D. Hipotesis	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel Penelitian	36
D. Variabel dan Indikator Penelitian	39
E. Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum.....	50
B. Uji Coba Kuesioner.....	51
C. Karakteristik Responden	54
D. Karakteristik Tanggapan Responden	56
E. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	60
F. Uji Asumsi Klasik.....	62
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
H. Uji Hipotesis	67
I. Koefisien Determinasi (R^2).....	69
J. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pengguna Internet yang Rutin Melakukan Belanja Online Setiap Pekan Berdasarkan Negara (2021)	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	34
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2019-2022	37
Tabel 3.2 Besar Sampel Untuk Menduga P dalam Jarak d Persen Absolut dengan Kepercayaan 95%	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.4 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Promosi	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	59
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Multi Kolinearitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Uji Parsial)	67
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Unduhan Aplikasi Sosial Media.....	3
Gambar 1.2 Demografi Pengguna Tiktok Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Screenshoot Beranda Tiktok Shop.....	5
Gambar 1.4 Screenshoot Herborist Body Serum Pada E-Commerce Shopee... 6	
Gambar 1.5 Screenshoot Herborist Body Serum Pada E-Commerce Bukalapak.....	6
Gambar 1.6 Screenshoot Herborist Body Serum Pada E-Commerce Tiktok Shop	7
Gambar 1. 7 Screenshoot Promosi Pada Tiktok Shop.....	8
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuesioner	91
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	111
Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	112
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Harga Produk (X_1).....	113
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Promosi (X_2).....	114
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	115
Lampiran 8 : Hasil Uji Reabilitas Harga Produk (X_1)	116
Lampiran 9 : Hasil Uji Reabilitas Promosi (X_2)	116
Lampiran 10 : Hasil Uji Reabilitas Minat Beli (Y).....	116
Lampiran 11 : Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	116
Lampiran 12 : Hasil Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	117
Lampiran 13 : Hasil Uji Multikolinearitas	117
Lampiran 14 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	117
Lampiran 15 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	118
Lampiran 16 : Hasil Uji T (Uji Parsial)	118
Lampiran 17 : Hasil Uji F (Simultan)	118
Lampiran 18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	118
Lampiran 19 : r Tabel	119
Lampiran 20 : t Tabel.....	120
Lampiran 21 : f Tabel.....	125
Lampiran 22 : Surat Keputusan (SK) Bimbingan.....	130
Lampiran 23 : Surat Pengantar Penelitian	131
Lampiran 24 : Kartu Bimbingan	132
Lampiran 25 : Dokumentasi.....	133