

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB SAUDIA DITINJAU  
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**MARIATUL KIFTIAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2022 M/1443 H**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB SAUDIA DITINJAU  
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**MARIATUL KIFTIAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2022 M/1443 H**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB SAUDIA DITINJAU  
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh**

**Mariatul Kiftiah**

**170101050130**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2022 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mariatul Kiftiah

NIM : 170101050130

Tempat/Tgl. Lahir : Gambut, 8 Juni 1998

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Saudia Ditinjau Dalam Perspektif Islam” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya atau merupakan hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Banjarmasin, 10 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Mariatul Kiftiah

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Suadia Ditinjau Dalam Perspektif Islam

Ditulis oleh : Mariatul Kiftiah

N I M : 170101050130

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2021/2022

Tempat dan tanggal lahir : Gambut, 8 Juni 1998

Alamat : Jl. Handil Parit Desa Makmur Kec. Gambut Kab. Banjar

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, 30 Desember 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antsari Banjarmasin



Rohana Faridah, SE, MM  
NIP: 197804272009012010

Pembimbing I

Dr. H. Fathurrahman Azhari, M. HI  
NIP: 196006091988031003

Menyetujui,

Pembimbing II

Erissa Nilasari, SP., MP  
NIP: 1978408282009012006

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Saudia Ditinjau dalam Perspektif Islam”, ditulis oleh Mariatul Kiftiah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonoi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 31 Januari 2022

Dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat: **83,5 huruf A, Bobot 3.75**

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M.Ag

NIP. 196304171991021001

### Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I (Ketua)	
2. Elida Mahriani, S.E.I., M.M (Anggota)	
3. Erissa Nilasari, S.P., M.P (Anggota)	
4. Muhammad Noval, M. Si (Anggota)	

## ABSTRAK

**Mariatul Kiftiah, 2021.** Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Saudia Ditinjau Dalam Perspektif Islam. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing bapak Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I dan ibu Erisa Nilasari, SP., MP

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

Penelitian ini didasari pandangan perempuan untuk memilih, membeli, mengatur dan menafsirkan pilihan yang berbeda-beda didalam pengambilan keputusan pembelian sebuah produk, khususnya pada hijab. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui suatu pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Hijab Saudia.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan penelitian lapangan (*field research*). Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Insidental Sampling* dengan jumlah populasi tidak diketahui sehingga diperoleh 100 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 22 for windows.

Hasil penelitian secara parsial, variabel produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), variabel harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), variabel distribusi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), namun variabel promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan, variabel produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), dan promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

## MOTTO

***"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya. Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya"(QS. Ath-Thalaq: 2-3)***

***"Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui"(QS. Al-Baqarah: 216)***



## PERSEMBAHAN

*Teriring syukur kehadirat Allah swt. Saya mempersembahkan suatu karya tulis sederhana istimewa ini kepada :*

*Kepada ibu dan ayah saya tercinta yaitu ibunda Ernawati dan ayah A. Marzuki tersayang*

*Atas setiap Doa yang selalu ibu dan ayah panjatkan untuk saya, cinta, kasih sayang motivasi, dukungan dan semangat yang tidak pernah putus sampai kapanpun*

*Serta kepada adik ku satu-satunya M. Hafiz Ansyari*

*Yang tak pernah henti memberi semangat dan dukungan kakakmu menjadi pribadi yang lebih baik*

*Dosen pembimbingku bapak Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I dan ibu Erissa Nilasari, SP., MP*

*Yang telah memberi bimbingan, arahan serta masukan dari bapak dan ibu yang tak mungkin saya lupakan, terimakasih bapak dan ibu telah rela meluangkan waktu untuk membimbing saya mewujudkan impian saya*

*Teruntuk juga untuk semua dosen*

*Yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat dalam hidup saya yang tidak akan pernah terbalaskan*

*Teruntuk sahabat-sahabatku*

*Yang selalu memberikan semangat, motivasi dan selalu mendengarkan keluh kesah saya selama ini, dan juga selalu memberikan saya dukungan penuh*

*Teruntuk teman-temanku*

*Khususnya teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang sama-sama berjuang dalam menuntut ilmu*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	s\{a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h\{a'	h\}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\{al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s\{ad	s\}	es (dengan titik di bawah)
ض	d\{ad}	d\}	de (dengan titik di bawah)
ط	t\{a'	t\}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z\{a'	z\}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّرٌ	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُّوسُ	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَةٌ	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مَكْتَبَةٌ	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المَكْتَبَةُ الْجَمِيلَةُ	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamīlah</i>
---------------------------	---------	-------------------------------

## IV. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	Yanṭiqu

### V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	$\bar{A}$ <i>Kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	$\bar{A}$ <i>Ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	$\bar{I}$ <i>Syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	$\bar{U}$ <i>Ṣudūr</i>

### VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	Ai <i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	Au <i>wa fir'auna zi al-autād</i>

### VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

### VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubhu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

### IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan pemberian Hijab Saudia ditinjau dalam Perspektif Islam” Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M. Ag , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M. dan Bapak M. Qamaruddin, M.E, selaku Ketua dan Sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Dr. H. Faturrahman Azhari, MHI, selaku dosen Penasihat Akademik dan Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan banyak nasihat selama perkuliahan, serta meluangkan waktunya memberikan saran dan masukan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Ibu Erissa Nilasari, S.P., M.P. selaku Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktunya memberikan banyak bantuan saran, masukan serta perbaikan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan pengetahuan, mendidik dan membimbing penulisan, baik selama perkuliahan maupun sampai penyusunan skripsi ini.
6. Kepada ayah, ibu dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan pengorbanan dalam segala keterbatasan, kasih sayang, perhatian serta doa yang tiada henti-hentinya.
7. Sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan pelajaran, bantuan dan semangat bagi penulis.

Semoga Allah Swt, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 10 Januari 2022

Penulis



Mariatul Kiftiah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional .....	8
F. Kerangka Pikir Teoritis .....	10
G. Hipotesis.....	11
H. Penelitian Terdahulu.....	12
I. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II PEMASARAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>	
A. Pemasaran (Marketing) .....	19
B. Bauran Pemasaran .....	22
1. Produk.....	23
2. Harga.....	24
3. Distribusi.....	25
4. Promosi .....	27
C. Keputusan Pembelian .....	29
1. Pengenalan Kebutuhan .....	31



2. Mencari Informasi.....	32
3. Menentukan Pembelian.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	38
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	40
E. Subjek dan Objek Penelitian.....	40
F. Data dan Sumber Data .....	41
G. Metode Pengumpulan Data .....	41
H. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV DATA PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>	
A. Penyajian Data.....	53
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	53
2. Karakteristik Responden .....	57
B. Analisis Data .....	85
1. Uji Instrumen Penelitian.....	85
2. Uji Asumsi Klasik .....	87
3. Uji Analisis Regresi.....	91
4. Uji Koefisien Determinasi .....	94
5. Uji Hipotesis.....	95
6. Analisis Data .....	98
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	
A. Simpulan.....	105
B. Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian .....	15
Tabel 3.1 Indikator Kuesioner .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas .....	87
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	88
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas .....	89
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	91
Tabel 4.8 Model Persamaan Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.9 Hasil Analisis Determinasi.....	94
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	95
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	11
Gambar 4.1 Tanggapan Responden bahwa Hijab Saudia Mempunyai Warna yang Beragam.....	60
Gambar 4.2 Tanggapan Responden bahwa Daya tarik hijab Saudia menggugah selera.....	61
Gambar 4.3 Tanggapan Responden bahwa Bahan dari hijab saudia nyaman dipakai dan tidak licin .....	62
Gambar 4.4 Tanggapan Responden bahwa Citra hijab saudia baik.....	63
Gambar 4.5 Tanggapan Responden bahwa Kualitas dari hijab saudia baik ....	64
Gambar 4.6 Tanggapan Responden bahwa Harga yang ditawarkan oleh Hijab saudia terjangkau .....	65
Gambar 4.7 Tanggapan Responden bahwa Harga yang ditawarkan hijab Saudia dengan kegunaan/manfaat yang diterima sudah sesuai....	66
Gambar 4.8 Tanggapan Responden bahwa Harga hijab saudia murah tetapi memiliki kualitas yang baik .....	67
Gambar 4.9 Tanggapan Responden bahwa Harga hijab saudia sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan.....	68
Gambar 4.10 Tanggapan Responden bahwa Harga hijab saudia mampu bersaing dengan hijab merek lain.....	69
Gambar 4.11 Tanggapan Responden bahwa Hijab saudia mudah diperoleh baik di mall, pasar, dan toko .....	70
Gambar 4.12 Tanggapan Responden bahwa Hijab Saudia selalu tersedia (tidak pernah kehabisan stock atau persediaan). .....	71

Gambar 4.13 Tanggapan Responden bahwa Hijab saudia sudah tersebar luas baik di kota maupun pedesaan. ....	72
Gambar 4.14 Tanggapan Responden bahwa Tempat penjualan Hijab saudia yang strategis.....	73
Gambar 4.15 Tanggapan Responden bahwa Hijab Saudia dapat dibeli di berbagai marketplace (shopee, tokopedia, dll).....	74
Gambar 4.16 Tanggapan Responden bahwa Promosi Hijab saudia melalui Aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada dan lain sebagainya menarik.....	75
Gambar 4.17 Tanggapan Responden bahwa Iklan hijab Saudia melalui media elektronik menarik.....	76
Gambar 4.18 Tanggapan Responden bahwa Promosi hijab saudia melalui satu orang ke orang lain menarik pembeli .....	77
Gambar 4.19 Tanggapan Responden bahwa Promosi yang dilakukan hijab saudia sesuai dengan kenyataan .....	78
Gambar 4.20 Tanggapan Responden bahwa Adanya promosi yang terus menerus di media online E-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada, dll) membuat konsumen tertarik.....	79
Gambar 4.21 Tanggapan Responden bahwa Warna yang beragam membuat saya membelinya .....	80
Gambar 4.22 Tanggapan Responden bahwa Saya membeli hijab saudia karena kegunaan dan kualitas sesuai dengan harga .....	81
Gambar 4.23 Tanggapan Responden bahwa Lokasi pembelian hijab saudia mudah ditemukan .....	82
Gambar 4.24 Tanggapan Responden bahwa Saya membeli hijab saudia karena promosi melalui Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya.	83

Gambar 4.25 Tanggapan Responden bahwa Saya membeli hijab saudia dalam periode satu tahun terakhir .....	84
Gambar 4.26 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas .....	90