

**PENGARUH PROMOSI BERUPA *SPECIAL PRICE*, BELI 1 GRATIS 1,
DAN *CASHBACK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI ALFAMART OLEH MASYARAKAT MUSLIM MENENGAH
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
KHAIRATUN NUPUS**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2022 M/1443 H

**PENGARUH PROMOSI BERUPA *SPECIAL PRICE*, BELI 1 GRATIS 1,
DAN *CASHBACK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI ALFAMART OLEH MASYARAKAT MUSLIM MENENGAH
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

Khairatun Nopus

1601151419

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2022 M/1443 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairatun Nupus
NIM : 1601151419
Tempat/Tgl. Lahir : Tabalong, 23 September 1998
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini 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. Jika di kemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya batal demi hukum.

Banjarmasin, 29 September 2022
Yang membuat pernyataan,


Khairatun Nupus

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi *Special Price*, Beli 1 Gratis 1, dan *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart oleh Masyarakat Muslim Menengah di Kota Banjarmasin

Ditulis oleh : Khairatun Nupus

N I M : 1601151419

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023

Tempat dan tanggal lahir : Tabalong, 23 September 1998

Alamat : Jl. Basuki Rahmat, Desa Suput RT.05 Kec. Haruai Kab. Tabalong

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

Banjarmasin, 29 September 2022

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin.



Robana Faridah, SE., M.M.
NIP. 19780427200901 2 010



H. Badrian, S. Ag., M. Ag.
NIP. 19730717199703 1 002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Berupa *Special Price*, Beli 1 Gratis 1, dan *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart oleh Masyarakat Muslim Menengah di Kota Banjarmasin”, ditulis oleh Khairatun Nupus, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Oktober 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP. 19630417 199102 1 001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. H. Badrian, M.Ag. (Ketua)	1.
2. H. Abdul Gafur, Lc., M.A. (Anggota)	2.
3. Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. (Anggota)	3.
4. Annisa Mahfuzah, M.H. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Khairatun Nupus. 2022. *Pengaruh Promosi Berupa Special Price, Beli 1 Gratis 1, dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart oleh Masyarakat Muslim Menengah di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: H. Badrian, M.Ag

Kata Kunci: *Special Price, Beli 1 Gratis 1, Cashback, Keputusan Pembelian*

Perbedaan orientasi konsumsi antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional menjadi alasan dari penelitian ini. Konsumen muslim hendaknya mempertimbangkan aspek *mashlahah* ketimbang aspek kepuasan semata dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu penyedia jasa pemenuh kebutuhan yang gerainya banyak kita temui yaitu Alfamart. Alfamart melakukan berbagai strategi untuk menarik atensi konsumen salah satunya dengan menggunakan promosi seperti *special price*, beli 1 gratis 1, dan *cashback*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi berupa *special price*, beli 1 gratis 1, dan *cashback* terhadap keputusan pembelian di Alfamart oleh masyarakat muslim menengah di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) bersifat kuantitatif dengan metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online kepada masyarakat Kota Banjarmasin sebanyak 100 orang sebagai responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel beli 1 gratis 1 tidak memiliki pengaruh, sedangkan untuk variabel *special price* dan *cashback* masing-masing memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Alfamart oleh masyarakat muslim menengah di Kota Banjarmasin. Kemudian secara simultan ketiga variabel bebas yaitu *special price*, beli 1 gratis 1, dan *cashback* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart oleh masyarakat muslim menengah di Kota Banjarmasin dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $29,867 > 2,700$. Adapun Pengaruh Promosi Berupa Special Price, Beli 1 Gratis 1, dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart oleh Masyarakat Muslim Menengah di Kota Banjarmasin yaitu sebesar 48,3%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

MOTTO

“Tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan”

(QS. Al-Ma'idah:2)

“Kita tidak bisa mengontrol orang lain, biar Tuhan saja”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Swt. yang senantiasa memberikan nikmat hingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan penelitian sederhana ini. Selawat serta salam selalu tercurah keharibaan Rasulullah Saw.

Penelitian ini saya persembahkan dengan segenap cinta untuk:

Kedua orangtua, kakak dan kakak ipar serta keponakan saya tercinta,

Teman-teman kost (Ka Teti, Ka Dhatul dan Ratna),

Sahabat-sahabat saya (Yulieta, Nadia, Ismi, Helma, Yaya, Anita, Isti, Lika, Iyah Eka, Lia, Inuy, Raudah dan Ira), dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

Yang tulus dan tiada ternilai besarnya

Terima kasih.

Semoga Allah selalu memudahkan segala urusan kalian dan apa yang dikerjakan selalu mendapat berkah baik di dunia maupun akhirat.

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'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	z'al	ẓ	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	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	ẓ	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

مُتَكَبِّر	ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُّوس	ditulis	<i>al-quḍūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مَكْتَبَة	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	ditulis	<i>ā</i>
	كاملة	ditulis	<i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati	ditulis	<i>ā</i>
	صلى	ditulis	<i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati	ditulis	<i>ī</i>
	شديد	ditulis	<i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
	صدر	ditulis	<i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati	ditulis	ai
	رويد	ditulis	<i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	وفرعون ذي الأوتاد	ditulis	<i>wa fir'auna ḏi al-autād</i>

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

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْكِتَاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصَّبْح	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
السَّاهِرَة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بِرِّ الْوَالِدَيْنِ	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إِذَا الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah swt. atas limpahan rahmat, hidayah, taufiq, serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Berupa Special Price, Beli 1 Gratis 1, dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart oleh Masyarakat Muslim Menengah di Kota Banjarmasin”. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan ke hadirat Rasulullah saw. yang membimbing kita menuju jalan yang diridhoi oleh-Nya.

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. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE., MM., dan M. Qamaruddin, ME., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
3. H. Badrian, M.Ag., selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Akademik yang telah membimbing serta meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
6. Kedua orang tua, terimakasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada batasnya.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Meski dalam penulisan skripsi ini penulis telah berupaya semaksimal mungkin menyelesaikannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangannya.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita, dan penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran dari para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Banjarmasin, 05 Oktober 2022

Penulis,

(Khairatun Nupus)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan penelitian	11
E. Definisi Operasional	11
F. Penelitian Terdahulu	14
G. Anggapan Dasar atau Hipotesis.....	18
H. Kerangka Berpikir	19
I. Sistematika Penulisan	20
BAB II TEORI KEPUTUSAN PEMBELIAN, PROMOSI PENJUALAN, SPECIAL PRICE, BELI 1 GRATIS 1, DAN CASHBACK	22
A. Keputusan Pembelian	22
1. Pengertian Keputusan Pembelian	22

2. Konsep Keputusan dalam Ekonomi Islam	22
3. Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian	24
4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
5. Indikator Keputusan Pembelian.....	30
B. Promosi penjualan	31
1. Pengertian Promosi Penjualan	31
2. Tujuan Promosi Penjualan.....	32
3. Macam-macam Alat Promosi Penjualan	33
C. <i>Special Price</i>	35
1. Pengertian <i>Special Price</i>	35
2. Macam-macam <i>Special Price</i>	35
3. Konsep Harga dalam Ekonomi Islam.....	37
4. Indikator <i>Special Price</i>	39
D. Beli 1 Gratis 1	40
1. Pengertian Beli 1 Gratis 1	40
2. Konsep Beli 1 Gratis 1 dalam Ekonomi Islam	40
3. Indikator beli 1 gratis 1	42
E. <i>Cashback</i>	42
1. Pengertian <i>cashback</i>	42
2. Konsep <i>cashback</i> dalam Ekonomi Islam.....	43
3. Indikator <i>Cashback</i>	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	46
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
E. Data dan Sumber Data	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Variabel Penelitian.....	50
H. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner.....	50
I. Teknik Analisis Data	52
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	59
A. Penyajian Data	59
B. Analisis Data.....	78

BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	50
Tabel 3.2 Instrumen Kuesioner	51
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Agama	63
Tabel 4.3 Usia	63
Tabel 4.4 Pendidikan.....	64
Tabel 4.5 Penghasilan	64
Tabel 4.6 Intensitas Pembelian/Kunjungan	65
Tabel 4.7 Kesesuaian Harga dengan Kualitas.....	67
Tabel 4.8 Penetapan Harga Khusus	67
Tabel 4.9 Imbalan Khusus.....	68
Tabel 4.10 Rekapitulasi Frekuensi Jawaan Responden terhadap Variabel <i>Special Price</i> (X1).....	69
Tabel 4.11 Memberikan Penawaran dengan Manfaat Ekstra.....	70
Tabel 4.12 Strategi Bertahan terhadap Promosi Produk Baru dari Pesaing.....	70
Tabel 4.13 Menghasilkan Pesanan Penjualan yang Lebih Besar	71
Tabel 4.14 Rekapitulasi Frekuensi Jawaan Responden terhadap Variabel Beli 1 Gratis 1(X2)	71
Tabel 4.15 Jumlah Nominal dari Pengembalian Dana.....	72
Tabel 4.16 Kesesuaian dengan Kesepakatan yang diberikan.....	73
Tabel 4.17 Ketepatan Waktu dalam Pengembalian Dana.....	73
Tabel 4.18 Tidak Mengandung Riba.....	74
Tabel 4.19 Rekapitulasi Frekuensi Jawaan Responden terhadap Variabel <i>Cashback</i> (X3)	74
Tabel 4.20 Sesuai Kebutuhan.....	75
Tabel 4.21 Mempunyai Manfaat	M76
Tabel 4.22 Keputusan yang Tepat dalam Membeli Produk.....	76
Tabel 4.23 Pembelian Ulang	77
Tabel 4.24 Rekapitulasi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.26 Hasil Uji Reabilitas	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Gerai	3
Gambar 1.2 Top Brand Indonesia Miimarket 2017-2021	4
Gambar 1.3 Bentuk Promosi yang Diminati Konsumen.....	6
Gambar 1.4 Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 2.1 Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 3.1 Proses Pengolahan dan Analisis Data	52
Gambar 4.1 Logo Alfamart.....	59
Gambar 4.2 Promosi Harga Spesial/ <i>Special Price</i>	60
Gambar 4.3 Promosi Beli 1 Gratis 1	60
Gambar 4.4 Promosi <i>Cashback</i>	61
Gambar 4.5 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	84
Gambar 4.1.....	59
Gambar 4. 2.....	60
Gambar 4. 3.....	60
Gambar 4.4.....	61