

**PENGARUH PROMOSI DIMEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN BUSANA MUSLIMAH
DI KOTA PAGATAN KABUPATEN TANAH BUMBU**

SKRIPSI

**OLEH
SITI NORHASANAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

**PENGARUH PROMOSI DIMEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN BUSANA MUSLIMAH
DI KOTA PAGATAN KABUPATEN TANAH BUMBU**

SKRIPSI

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

Oleh :

Siti Norhasanah

170101050703

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Norhasanah
NIM : 170101050703
Tempat/Tgl. Lahir : Pagatan, 15 Maret 1999
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 27 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



98AAJX189204334

Siti Norhasanah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Dimedia Sosial Terhadap
Minat Beli Konsumen Busana Muslimah di Kota
Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu

Ditulis oleh : Siti Norhasanah

N I M : 170101050703

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2017

Tempat dan tanggal lahir : Pagatan, 15 Maret 1999

Alamat : Jl. Tepi Sei Kusan, RT. 006, Desa Salimuran Kec.
Kusan Hilir, Kab. Tanah Bumbu

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,

Pembimbing

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



The image shows a handwritten signature in black ink.

Drs. Nispan Rahmi, M.Ag.
NIP. 196705011994031005

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah di Kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu”, ditulis oleh Siti Norhasanah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 11 Juni 2024

Dinyatakan LULUS dengan nilai 77,5 (predikat: B+)

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. Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag. (Ketua)	1.
2. Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M. H. I. (Anggota)	2.
3. Fahrudin, S.AB., M.E. (Anggota)	3.
4. M. Yulian Ma'mun, Lc, M.M (Anggota)	4.

ABSTRAK

Siti Norhasanah. 2024. *Pengaruh Promosi di Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah di Kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Drs. Nispan Rahmi, M.Ag.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial, Minat Beli.

Media sosial sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Media sosial menjadi pilihan dari semua kalangan untuk mencari suatu barang atau jasa, contohnya seperti busana muslimah. Mempromosikan barang atau jasa di media sosial merupakan cara yang tepat apalagi mampu mempromosikan dengan cara yang dapat menambah minat beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Promosi di Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dan dianalisis menggunakan rumus regresi linear sederhana. Lokasi penelitian yaitu Toko Busana Muslimah di Kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu dengan subjek penelitian yaitu masyarakat kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu dengan jumlah populasi sebanyak 3016 dan diambil sampel sebanyak 100 orang menggunakan rumus slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan t hitung sebesar $8,889 > 4,553$ dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya variabel promosi di media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen busana muslimah di Kota Pagatan.

MOTTO

“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.” (Al-Mujadilah: 11)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang sudah tiada namun saya percaya bahwa doa-doa beliau masih mengalir deras sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan pada tahap ini.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan, memberi semangat serta dukungan materi kepada saya, terimakasih banyak karna selalu menanyakan pertanyaan horor “Kapan WISUDA sanah” hingga skripsi ini terselesaikan.
3. Doi, hehehe yang selalu saya repotkan terimakasih sudah mendoakan, memberi dukungan semangat, materi, menemani dan selalu membantu segala hal yang saya perlukan hingga di tahap sekarang ini..
4. Sahabat dan teman yang selalu saya repotkan terimakasih dukungan, bantuan, doa serta wejangan-wejangan kalian sampai saat ini.
5. Dosen pembimbing, Drs. Nispan Rahmi, M,Ag., terimakasih telah membimbing, membantu, menasehati, diajari dan mengarahkan saya hingga sampai ditahap ini.

Tanpa mereka mungkin pertanyaan horor masih ditanyakan kepada saya.

Terimakasih.

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	sa'	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	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	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	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

متكبر	ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مكتبة	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*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</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	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>ka>milah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>s}alla></i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>i></i> <i>syadi>d</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	<i>u></i> <i>s}udu>r</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 z}i al-auta>d</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'a>n</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kita>b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	ditulis	<i>as}-s}ubh}u</i>
الساهرة	ditulis	<i>as-sa>hirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wa>lidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iz\ a 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 panutan 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 “Pengaruh Promosi dimedia Sosial terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah di Kota Pagatan Kab. Tanah Bumbu”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

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. Ibu Rohana Faridah, SE.,MM., selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Drs. Nispan Rahmi, M,Ag., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
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 dan Bisnis Islam.
6. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

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, Amin.

Banjarmasin, 19 Mei 2024

Penulis,

(Siti Norhasanah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Signifikansi Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Hipotesis Penelitian.....	9
G. Penelitian Terdahulu	9
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II PROMOSI, MEDIA SOSIAL DAN MINAT BELI KONSUMEN	13
A. Promosi	13
B. Promosi dalam Perspektif Islam.....	14
C. Media Sosial.....	18
D. Jenis-jenis Media Sosial.....	21
E. Media Sosial dalam Perspektif Islam.....	23
F. Minat Konsumen.....	24
G. Hubungan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli	25
H. Busana Muslimah.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Data dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Skala Pengukuran.....	32
G. Variabel Penelitian	33
H. Uji Instrumen Penelitian	34
I. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN.....	38
A. Penyajian Data	38

B. Analisis Data	58
BAB V PENUTUP	61
A. Simpulan	61
B. Saran-saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	33
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 2 Akses dalam mempromosikan Busana Muslimah di media sosial	39
Tabel 4. 3 Banyaknya Jumlah Pelanggan Busana Muslimah saat Promosi di Media Sosial	40
Tabel 4. 4 Ketertarikan untuk membeli setiap promosi Busana Muslimah di Media Sosial	41
Tabel 4. 5 Promosi Busana Muslimah Media sosial Sangat menarik	41
Tabel 4. 6 Promosi Busana Muslimah di media sosial wadah yang tepat	42
Tabel 4. 7 Minat Beli konsumen Busana Muslimah	43
Tabel 4. 8 Ketersediaan Busana Muslimah menambah Minat Beli	43
Tabel 4.9 Memudahkan dalam membeli menambah Minat Beli Konsumen Busana Muslimah	44
Tabel 4. 10 Minat Beli Busana Muslimah	45
Tabel 4.11 Minat Beli konsumen Busana Muslimah meningkat karena Media Sosial	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	54
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian R Square	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 2 Gambar Normal Probability Plot.....	50
Gambar 4. 3 Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot.....	50
Gambar 4. 4 Hasil Gambar Scatterplot	53