

ABSTRAK

Skripsi dengan judul pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Pada Toko Tabita Syar'i Boutique. Ditulis oleh Amalia Choirun Nisa' dengan nomor induk mahasiswa : 1742143020, Jurusan Ekonomi Sayariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena menarik saat ini yaitu pemakaian busana muslim atau gamis syar'i dikalangan perempuan yang sepertinya sudah menjadi trend masa kini. Hal ini membuat para pengusaha di bidang pakaian berlomba-lomba menawarkan produk terbaik mereka. Semakin majunya perkembangan zaman menyebabkan selera konsumen semakin cepat berubah dan konsumen semakin selektif dalam memilih tempat belanja. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh Tabita Syar'i Boutique untuk menarik konsumen, sehingga dapat bersaing di dunia bisnis pakaian Muslim.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah ada pengaruh secara signifikan antara harga terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique? (2) Apakah ada pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique? (3) Apakah ada pengaruh secara signifikan antara harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'i Boutique.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan jumlah sampel 80 dari populasi 400. Analisis data penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga terhadap perilaku konsumen di Tabita Syar'i Boutique memiliki pengaruh yang positif signifikan. (2) hasil penelitian promosi terhadap perilaku konsumen di Tabita Syar'i Boutique memiliki pengaruh yang positif signifikan. (3) hasil penelitian yang dilakukan secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang positif signifikan. Berdasarkan hasil yang telah diuji bahwa harga dan promosi menentukan perilaku konsumen di Tabita Syar'i Boutique karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan.

Kata kunci :harga, promosi, perilaku konsumen

ABSTARACT

Thesis with the title of the inflaunce of Price and Promotion Against Consumer Behavior in Tabita Syar'i Boutique. This is written by Amalia Choirun Nisa' with parent's student number: 1742143020, Department of islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung advised by Ahmad Budiman, M.S.I.

This research is motivated by interesting phenomenon at this time is the use of Musim clotng or shar'I robes among women woo seem to have become today. This makes entrepreneurs in the field of clothing vying to offer their best products. The increasingly advanced development of the era has made consumers taste change faster and consumers are increasingly selective in choosing shopping places. Tabita Syar'I Botique's marketing strategy is very important to attract consumers, so they can compete in the muslim clothing business world.

Formulation of this research problems are: 1) Is there a significant influence between the price of consumer behavior on the Tabita Syar'I Botique store? 2) Is there a significant influence between promotion of consumer behavior on Tabita Syar'I Botique store? 3) Is there a significant influence between price and promotion of consumer behavior on Tabita Syar'I Botique store?. The purpose of this research to explain this relationship between price and promotion of consumer behavior in Tabita Syar'I Botique store.

The research uses quantitative approach with asosiative research type. The data collection technique of this study used a questionnaire method with 80 samples from a population of 400. Analysis of research data using multiple linear regression analysis.

The results of the study indicates that 1) the price of consumer behavior in Tabita Syar'I Botique has a significant positive effect. 2) the results of the promotion research on the behavior of consumers in Tabita Syar'I Botique have significant positive effet. 3) the results of the research carried out jointly also had a significant positive effect. Based on the results that have been tested that price and promotion determine consumer behavior in Tabita Syar'I Botique because these elements are interconnected.

Key words: price, promotion, consumer behavior