

ABSTRAK

Skripsi dengan judul pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Belanja di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Ditulis oleh Fitri Indah Cahyani dengan nomer induk mahasiswa : 2824133034, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena menarik saat ini yaitu pemakaian busana muslim atau gamis syar'i di kalangan 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 jaman menyebabkan selera konsumen makin cepat berubah dan konsumen makin selektif dalam memilih tempat berbelanja. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung untuk menarik konsumen. Sehingga Adzkia Hijab Syar'i dapat bersaing di dunia pakaian muslim/perbisnisan.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah pengaruh harga terhadap perilaku konsumen belanja di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung? (2) Apakah pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen belanja di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung? (3) Apakah pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen belanja di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan harga dan promosi terhadap perilaku konsumen belanja di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan jumlah sampel 89 dari 820 populasi. Metode kuesioner pada penelitian ini adalah metode kuesioner tertutup. Analisis data penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga terhadap perilaku konsumen di adzkia hijab syar'i memiliki pengaruh yang positif signifikan. (2) Hasil penelitian promosi terhadap perilaku konsumen di adzkia hijab syar'I 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 adzkia hijab syar'i Tulungagung. Karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan.

Kata kunci :harga, promosi, perilaku konsumen

ABSTARACT

Thesis with the title of the influence of Price And Promotion Against Consumer Behavior in Adzkia Hijab Syar'iTulungagung. This is written by Fitri Indah Cahyani with parent's student number: 2824133034, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with mentor Muhammad AqimAdlan, M.E.I.

Research in this thesis dilator by the current interesting phenomenon is the use of Muslim clothing or syar'i robe among women who seemed to have become the trend of today. This makes the entrepreneurs in the field of apparel competing to offer their best products. The growing progress of the era causes consumer tastes to rapidly change and consumers increasingly selective in choosing a place to shop. Marketing strategy is very important done by Azkia Hijab Syar'iTulungagung to attract consumers. So Adzkia Hijab Syar'i can compete in the world of Muslim clothing.

The formulation of the problem in this thesis writer is (1) How influence price to consumer spending behavior in Adzkia Hijab Syar'iTulungagung? (2) How does promotion influence consumer shopping behavior in Adzkia Hijab Syar'iTulungagung? (3) How does price and promotion influence consumer spending behavior in Adzkia Hijab Syar'iTulungagung ?.As for the purpose of this study is to explain the relationship price and promotion of consumer spending behavior in Adzkia Hijab Syar'iTulungagung.

In this study using a quantitative approach with the type of research used is associative. Technique of collecting data of this research use questionnaire method with number of sample 89 from 820 population. Questionnaire method in this research is closed questionnaire method. Analysis of research data using multiple linier regression analysis method.

The results showed that (1) the price of consumer behavior in adzkia hijab syar'i has a significant positive effect. (2) The result of promotion research on consumer behavior in adzkia hijab syar'i has a significant positive effect. (3) the results of the research conducted together also have a significant positive effect. Based on the results that have been tested that price and promotion determine consumer behavior in adzkia hijab syar'iTulungagung.Because the elements are interconnected.

Keywords: price, promotion, consumer behavior