

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
KONSUMEN MAKANAN HALAL DI MANADO**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

DITA FUADIANTI OKTAVIANI

B 100 180 237

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca dan mencermati Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
KONSUMEN MAKANAN HALAL DI MANADO**

Yang ditulis dan disusun oleh:

DITA FUADIANTI OKTAVIANI
B 100 180 237

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 1 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Imron Rosyadi, S.E., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Imron Agus Setvawan, S.E., M.Si.

NIK/NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
KONSUMEN MAKANAN HALAL DI MANADO**

Oleh:

DITA FUADIANTI OKTAVIANI
B 100 180 237

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 1 Agustus 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:


1. Imron Rosyadi, S.E., M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Sri Padmantlyo, MBA
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dra. Mabruroh, MM
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




Prof. Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Dita Fuadianti Oktaviani**

NIM : **B 100 180 237**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Makanan Halal Di Manado**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 Agustus 2022

Penulis,

Dita Fuadianti Oktaviani

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar Rad:11)

"Gantungkan cita-cita mu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang."

(Ir. Soekarno)

“Langkah pertama adalah menetapkan bahwa sesuatu itu mungkin, maka kemungkinan akan terjadi”

(Elon Musk)

“Masalah besar dikecilkan, masalah kecil dihilangkan, syukurilah hidup nikmati setiap prosesnya”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur akan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga terselesaikannya skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. karya tulis ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Nya yang telah memberi hamba kesehatan, kesabaran, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi penulis dan semoga shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Bapak, Ibu, kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya, semoga bisa memenuhi harapan dan membanggakan kalian.
4. Seseorang laki-laki, terimakasih telah memberikan semangat, motivasi dan sudah menemaniku mengerjakan skripsi ini, selalu menjadi bagian proses dalam hidupku.
5. Semua teman-temanku yang sudah memberiku semangat, bantuan, tenaga, motivasi, doa dll. Terimakasih sudah mau disusahkan oleh saya.
6. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen makanan halal. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian makanan halal. Menganalisis pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen makanan halal yang dimediasi oleh minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian terhadap makanan halal yang terdapat di Manado dan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil mediasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi secara positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan nilai t statistik. Hasil mediasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi secara positif dan signifikan antara promosi terhadap loyalitas pelanggan. Hasil mediasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat memediasi secara positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, Kepuasan dan Loyalitas.

ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the effect of promotion on consumer buying interest in halal food, analyze the effect of promotion on purchasing decisions of halal food, analyze the effect of buying interest on purchasing decisions, analyze the influence of promotion on consumer purchasing decisions of halal food mediated by buying interest. The population in this study were customers who made purchases of halal food in Manado and a sample of 100 respondents with purposive sampling technique. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results of the promotion variable have a significant effect on consumer satisfaction. The results of the location variable have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results of the product quality variable have a positive and significant effect on customer loyalty. The results of the promotion variable have no positive and significant effect on customer loyalty. The results of the location variable have no positive and significant effect on customer loyalty. The results of the consumer satisfaction variable have a positive and significant effect on customer loyalty. The mediation results show that consumer satisfaction can mediate positively and significantly between product quality and customer loyalty as evidenced by the *t*-statistical value. The mediation results show that consumer satisfaction can mediate positively and significantly between promotions and customer loyalty. Mediation results show that consumer satisfaction can mediate positively and significantly between locations on customer loyalty.*

Keywords: *Product Quality, Promotion, Location, Satisfaction and Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Makanan Halal Di Manado” Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si., selaku Pimpinan Program Pendidikan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
5. Bapak Imron Rosyadi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membimbing dan menularkan ilmu – ilmunya.
7. Kedua orang tua, mama dan alm papa, kakak saya, kekasih saya yang selalu

memberikan kasih dan sayang serta dukungannya yang juga doanya.

8. Teman-teman seperjuangan Angkatan

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan bagi penulis di masa depan. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 1 Agustus 2022

Penulis

Dita Fuadiani Oktaviani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Keputusan Pembelian.....	7
2. Promosi.....	10
3. Minat Beli.....	14
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Hipotesis Penelitian.....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Metode Penelitian.....	22
B. Desain Pengambilan Sampel.....	22

C. Data dan Sumber Data.....	23
D. Metode dan Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
F. Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
A. Diskripsi Demografi	33
B. Analisis Data.....	34
C. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	40
D. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Keterbatasan Penelitian	49
C. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	27
Tabel 4. 1 Hasil Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4.2 Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i>	35
Tabel 4.3 Hasil Analisis <i>Average Variance Extruded (AVE)</i>	36
Tabel 4.4 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	37
Tabel 4.5 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	38
Tabel 4.6 <i>Cronbach's Alpha</i>	39
Tabel 4.7 Hasil Analisis Multikolinieritas (VIF)	40
Tabel 4.8 Hasil R Square	41
Tabel 4.9 Hasil Analisis NFI.....	42
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficients</i>).....	43
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Indirect Effect</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	34
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	40
Gambar 4.3 Gambar Konseptual.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	52
Lampiran 2. Data Tabulasi.....	53
Lampiran 3. Hasil Output PLS.....	56