

**Pengaruh *Location Store*, Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan
Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar)**

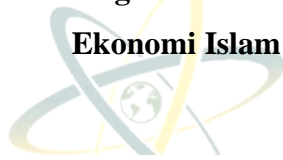
Oleh :

Fachri Husaini

NIM : 0501172098

Program Studi :

Ekonomi Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2022

**Pengaruh *Location Store*, Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan
Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

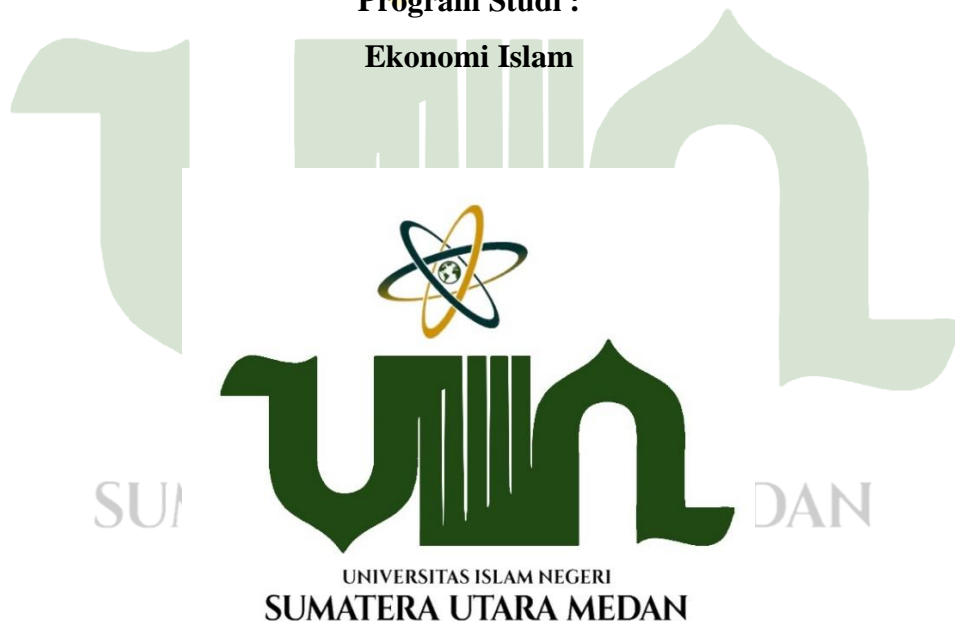
Oleh :

Fachri Husaini

NIM : 0501172098

Program Studi :

Ekonomi Islam



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fachri Husaini
Nim : 0501172098
Tempat/Tgl lahir : Hatonduhan, 07 Agustus 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Ambai Gg. Seniman

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Location Store*, Testimoni, dan Tagline Terhadap Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Oktober 2022

Yang membuat pernyataan

Fachri Husaini
NIM. 0501172098

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH *LOCATION STORE*, TESTIMONI DAN TAGLINE
TERHADAP PENJUALAN PRODUK UMKM (STUDI KASUS DJ
DIMSUM PEMATANGSIANTAR)**

Oleh:

Fachri Husaini

0501172098

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, Oktober 2022

Pembimbing I

Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIDN. 2029019101

Pembimbing II

Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I
NIDN. 2007098804

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Mengetahui
SUMATERA UTARA MEDAN
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH *LOCATION STORE*, TESTIMONI DAN TAGLINE TERHADAP PENJUALAN PRODUK UMKM (STUDI KASUS DJ DIMSUM PEMATANGSIANTAR)**” an.Fachri Husaini, NIM 0501172098 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 28 Oktober 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 28 Oktober 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua

Sekretaris

Imsar, M.Si

NIDN. 2003038701

Pembimbing I

Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I

NIDN. 2029019101

Penguji I

Dr. Zuhrinal M. Nawawi, MA

NIDN. 2018087601

Rahmat Daim Harahap, M.Ak

NIDN. 0126099001

Anggota

Pembimbing II

Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I

NIDN 2007098804

Penguji II

Rahmi Syahriza. S.Th.I, MA

NIDN. 2003018501

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag

NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Fachri Husaini, NIM 0501172098, “Pengaruh *Location Store*, Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar)”. 2022, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Ibu Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I dan Pembimbing II oleh Ibu Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Location Store*, Testimoni dan Tagline terhadap Penjualan Produk pada DJ Dimsum Pematangsiantar. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen DJ Dimsum Pematangsiantar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Teknik *nonprobability sampling*, dengan teknik pengambilan *accidental sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *corrected item-total correlation*, uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach alpha* dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier beranda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Location Store*, Testimoni dan Tagline secara serempak berpengaruh positif terhadap penjualan produk UMKM pada DJ Dimsum Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh variabel *Location Store*, Testimoni dan Tagline. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. 2) *Location Store* berpengaruh positif terhadap penjualan produk, sehingga apabila pemilihan lokasi baik dan tepat maka penjualan produk UMKM pada DJ Dimsum Pematangsiantar akan meningkat. 3) Testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan produk, sehingga apabila testimoni yang diberikan konsumen semakin baik maka akan meningkatkan penjualan produk UMKM pada DJ Dimsum Pematangsiantar. 4) Tagline berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan produk, sehingga apabila tagline yang digunakan baik, maka akan meningkatkan penjualan produk UMKM pada DJ Dimsum Pematangsiantar.

Kata Kunci: *Location Store*, Testimoni, Tagline, Penjualan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Atas nikmat yang telah diberikan baik berupa nikmat kesehatan ataupun nikmat kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Location Store*, Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar)”. Shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah meletakkan peradaban manusia yang telah diridhoi Allah SWT. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan ini. Ucapan terimakasih yang pertama penulis sampaikan hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orangtua yaitu Ayahanda M.Suparman dan Ibunda tercinta Poniyeem, juga seluruh keluarga yang memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abu Rokhmad, M.Ag selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan pembimbing akademik.
3. Bapak Imsar, M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I selaku pembimbing I dan Ibu Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi.

5. Kepada seluruh dosen-dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah membantu saya dalam perkuliahan.
6. Kepada adik saya Daris Ihsan yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam-A (EKI-A) 2017, terimakasih atas kebersamaannya selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman IDKI yang selalu mendukung, mengingatkan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu oleh penulis.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya dapat berdoa semoga kebaikan yang telah kalian berikan akan dibalas Allah SWT dengan yang lebih baik.

Diharapkan tulisan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Medan, Oktober 2022

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
Fachri Husaini
NIM. 0501172098

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Penjualan Produk.....	12
1. Pengertian Penjualan	12
2. Pengertian Produk.....	13
3. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	14
4. Indikator Penjualan	15
5. Jenis-Jenis Penjualan.....	16
6. Penjualan Dalam Islam.....	17
B. Location Store	23
1. Pengertian Location Store	23
2. Faktor Pemilihan Lokasi.....	24
3. Indikator Lokasi.....	25
C. Testimoni	26
1. Pengertian Testimoni.....	26
2. Tolak Ukur Testimoni	27

D. Tagline	28
1. Pengertian Tagline	28
2. Tagline yang Efektif	29
E. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah	30
F. Penelitian Terdahulu.....	33
G. Kerangka Konseptual	37
H. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
1. Lokasi Penelitian.....	40
2. Waktu Penelitian Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi	41
2. Sampel.....	41
D. Jenis dan Sumber Data	42
E. Defenisi Operasional	43
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	44
G. Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Objek Penelitian	49
B. Analisis Deskriptif.....	50
1. Analisis Deskriptif Responden	50
a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	50
b. Karakteristik Responden Menurut Usia	50
2. Analisis Deskriptif Variabel	51
a. Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Location Store</i> (X1).....	51
b. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Testimoni (X2)	54
c. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Tagline (X3)	57
d. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Penjualan Produk (Y).....	60
C. Hasil Penelitian	63
1. Uji Instrumen Penelitian.....	63

a. Uji Validitas.....	63
b. Uji Reliabilitas	65
2. Uji Asumsi Klasik	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Multikolinieritas.....	67
c. Uji Heteroskedastisitas	68
3. Uji Hipotesis	69
a. Uji Signifikansi Serempak (Uji F)	69
b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	69
c. Uji R Square.....	70
d. Analisis Regresi Linier Berganda	71
D. Pembahasan.....	72
1. Pengaruh <i>location Store</i> Terhadap Penjualan Produk.....	72
2. Pengaruh Testimoni Terhadap Penjualan Produk.....	73
3. Pengaruh Tagline Terhadap Penjualan Produk.....	73
4. Pengaruh <i>Location Store</i> , Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan Produk	74
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan DJ Dimsum.....	3
Tabel 2. 1 Kriteria UMKM	31
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Rencana dan Waktu Penelitian	40
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	50
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel Location Store (X1).....	51
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel Testimoni (X2).....	54
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel Tagline (X3).....	57
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel Penjualan Produk (Y)	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4. 10 Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4. 11 Uji Signifikansi Serempak (Uji-F)	69
Tabel 4. 12 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	70
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	71
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda	71



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Testimoni DJ Dimsum	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	67
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	68

