

**PENGARUH PROMOSI DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK PAKAIAN SYAR'I PADA *E-COMMERCE* SHOPEE  
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI SUMATERA UTARA)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Fitria Intan Sri Dewi  
NIM 0501182196**

**Program Studi  
EKONOMI ISLAM**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023 M/1444 H**

**PENGARUH PROMOSI DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK PAKAIAN SYAR'I PADA *E-COMMERCE* SHOPEE  
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI SUMATERA UTARA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara**

Oleh :

**Fitria Intan Sri Dewi  
NIM 0501182196**

**Program Studi  
EKONOMI ISLAM**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023 M/1444 H**

## ABSTRAK

**FITRIA INTAN SRI DEWI, NIM 0501182196 “Pengaruh Promosi dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk Pakaian Syar’i pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)”**. Dibawah bimbingan Pembimbing I oleh Ibu Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I dan Pembimbing II oleh Ibu Rahmi Syahriza, MA.

Pola permintaan konsumsi masyarakat terhadap pakaian membuat trend fashion Indonesia semakin beragam dan mempengaruhi pola konsumsi busana syar’i mahasiswa. Jual beli online merupakan trend yang kini telah merasuki dunia sekolah dan kampus. Perkembangan teknologi internet telah membawa perubahan perilaku yang dapat dilihat dari kebiasaan berbelanja masyarakat yang beralih ke belanja online. Shopee adalah situs belanja online dengan jumlah pengunjung yang banyak. Dengan meningkatnya paparan promosi Shopee, terutama promosi besar tanggal kembar bulanan, pembelian online semakin tinggi. Opini dan review positif dan negatif situs belanja online melalui *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) terhadap minat beli dengan peningkatan kegiatan promosi dan kepercayaan konsumen terhadap proses pembelian online menjadi dasar penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan E-WOM terhadap minat beli produk pakaian syar’i pada *E-Commerce* Shopee (studi kasus mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan sampel berjumlah 100 responden. Data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara daring kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa promosi dan E-WOM secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk pakaian syar’i pada *E-Commerce* Shopee (studi kasus mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

*Kata Kunci: Promosi, E-WOM, Minat Beli*

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Intan Sri Dewi  
NIM : 0501182196  
Tempat/Tanggal Lahir : Pangkalan Lunang, 5 Januari 2000  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Ambai, Gg. Seniman No. 5

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH PROMOSI DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SYARI PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)"** benar karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila ada kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 8 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



**Fitria Intan Sri Dewi**

**NIM 0501182196**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK PAKAIAN SYAR'I PADA *E-COMMERCE* SHOPEE  
(STUDI KASUS MAHASIWA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)**

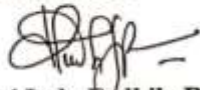
Oleh:

**FITRIA INTAN SRI DEWI  
NIM. 0501182196**

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

Medan, 1 Februari 2023

Pembimbing I



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

Pembimbing II



**Rahmi Svahriza, M.A**  
NIDN. 2003018501

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



**Imsar, M.Si**  
NIDN. 2003038701

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “PENGARUH PROMOSI DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SYAR'I PADA *E-COMMERCE* SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)” atas nama Fitria Intan Sri Dewi, NIM. 0501182196 Program Studi Ekonomi Islam telah Dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 15 Februari 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 8 Maret 2023  
Panitia Sidang Munaqasyah  
Skripsi Program Studi Ekonomi  
Islam UINSU

Ketua



**Imsar, M.Si**  
NIDN. 2003038701

Sekretaris



**Rahmi Syahriza, MA**  
NIDN. 2003018501

Anggota



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



**Rahmi Syahriza, MA**  
NIDN. 2003018501



**Imsar, M.Si**  
NIDN. 2003038701



**Khairina Tambunan, M.E.I**  
NIDN. 0112018501

Mengetahui,  
Rahmi Syahriza, MA  
Bisnis Islam UIN Sumatera Utara



**Dr. Mulcaimad Yafiz, M.Ag**  
NIDN. 2023047602

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur atas rahmat dan keberkahan Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Promosi dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk Pakaian Syar'i pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).**

Skripsi ini saya ajukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat atas gelas Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penyelesaian skripsi ini menghadirkan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Skripsi ini dapat selesai berkat dukungan dari banyak pihak. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu yang telah memberikan cinta dan didikan yang luar biasa, sehingga saya bisa sampai di titik ini.
2. Bapak Prof. Dr. Abu Rokhmad, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Imsar, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, S.HI. MA. selaku Pembimbing Akademik.
6. Ibu Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I selaku pembimbing skripsi I dan Ibu Rahmi Syahriza, MA selaku pembimbing skripsi II yang sudah bersedia dalam meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam menyusun skripsi ini.



7. Kepada seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah ikhlas membimbing dan memberikan ilmu hingga saat ini.
8. Kepada adik saya Nur Devika Afrianti Darmawan yang selalu menyemangati dan membantu saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat, teman kos dan teman-teman seperjuangan yang sudah menyemangati dan menemani saya sampai detik ini.
10. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Saya hanya dapat berdoa semoga kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan yang lebih baik. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 30 Januari 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN  
**Fitria Intan Sri Dewi**  
**NIM: 0501182196**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b> .....	<b>9</b>
A. Tinjauan Teoritis.....	9
1. Konsumsi .....	9
2. Minat Beli .....	18
3. Promosi .....	20
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	26
5. <i>E-Commerce</i> .....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Teoritis .....	36
D. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
1. Lokasi penelitian .....	38

2. Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi .....	39
2. Sampel .....	40
D. Sumber Data Penelitian .....	41
E. Metode Pengumpulan Data .....	41
F. Definisi Operasional .....	42
G. Teknik Analisis Data .....	43
1. Uji Kualitas Data .....	44
2. Uji Asumsi Klasik .....	44
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4. Uji Hipotesis .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Temuan Penelitian .....	49
1. Gambaran Umum .....	49
2. Karakteristik Responden.....	51
B. Deskripsi Data Penelitian .....	54
C. Uji Kualitas Data.....	60
1. Uji Validitas.....	60
2. Uji Reliabilitas .....	62
D. Uji Asumsi Klasik .....	62
1. Uji Normalitas .....	62
2. Uji Multikolinieritas .....	66
3. Uji Heteroskedastisitas .....	66
E. Uji Hipotesis .....	69
1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
2. Uji Parsial (Uji t) .....	69
3. Uji Simultan (Uji F).....	71
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
G. Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran-saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>



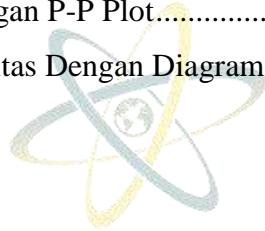
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1	Penelitian Terdahulu.....	31
2	Waktu Penelitian .....	39
3	Pengukuran Skala Likert .....	42
4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
6	Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	53
7	Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X1) .....	54
8	Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel E-WOM (X2).....	56
9	Distribusi Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli (Y) ....	58
10	Uji Validitas.....	60
11	Uji Reliabilitas .....	62
12	Uji Normalitas .....	63
13	Uji Multikolinieritas .....	66
14	Uji Heteroskedastisitas .....	68
15	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
16	Uji Parsial (Uji t) .....	70
17	Uji Simultan (Uji F).....	71
18	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kerangka Teoritis .....	36
2	Uji Normalitas Dengan Histogram .....	64
3	Uji Normalitas Dengan P-P Plot.....	65
4	Uji Heteroskedastisitas Dengan Diagram Pancar Residual .....	67



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
1	Kuesioner Penelitian .....	86
2	Tabulasi Data Kuesioner .....	93
3	Karakteristik Responden .....	105
4	Uji Validitas .....	106
5	Uji Reliabilitas .....	112
6	Uji Asumsi Klasik .....	113
7	Uji Hipotesis .....	116
8	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	117
9	Daftar Riwayat Hidup .....	118
10	Hasi Cek Plagiasi .....	119

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN