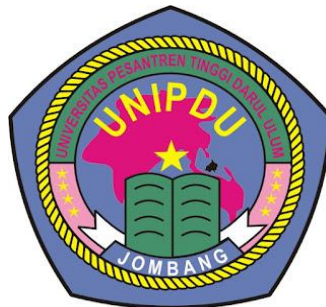




**PENGARUH MEDIA PEMASARAN ONLINE, DESAIN PRODUK  
DAN KEUNIKAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KERAJINAN MAHAR PADA EL-MAHAR MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Muhammad Afif Ubaidillah**

**NIM : 3118064**

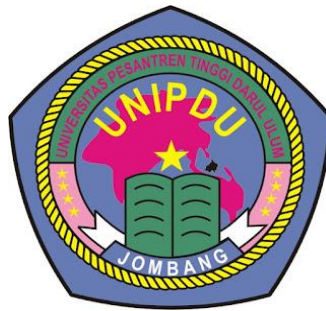
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM  
JOMBANG  
2022**



**PENGARUH MEDIA PEMASARAN ONLINE, DESAIN PRODUK  
DAN KEUNIKAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KERAJINAN MAHAR PADA EL-MAHAR MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar  
Administrasi Bisnis



**Oleh:**

**Muhammad Afif Ubaidillah**

**NIM : 3118064**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM  
JOMBANG  
2022**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Dengan Ini saya mempersembahkan karya ilmiah ini untuk kedua orang tua ibu dan bapak saya, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada batas karena telah mendoakan saya sampai titik ini. Dan selalu memberikan semangat dan dukungan terbaik kepada saya.

Untuk kakak saya yang selalu mendukung dan memotifasi saya dalam menyelesaikan studi strata satu saya, maaf jika belum bisa menjadi adik yang diharapkan tapi saya akan selalu berusaha menjadi yang terbaik untuk keluarga.

Untuk teman dan sahabat yang tidak bisa disebut satu persatu yang selalu setia memberikan support dan dukungan kepada saya.

Untuk teman-teman seperjuangan S1 Administrasi Bisnis A1, saya berterima kasih sudah memberikan makna dan pelajaran dalam hidup saya selama 4 tahun ini. Untuk para Dosen pembimbing saya, Bapak Bambang Setyobudi, S.E. M.M dan Ibu Suspahariati, S.Sos., M.M terimakasih atas kesabaran dalam membimbing dan memberi arahan dalam proses penulisan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah saya ini, semoga Allah SWT yang akan membalas kebaikan bapak dan ibu dengan berlipat kebaikan, Aamiin.



## HALAMAN MOTTO

“Berbuatlah Untuk Orang Lain Seperti Yang Anda  
Inginkan Mereka Berbuat Baik Untuk Anda ”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ginny Pearson Barnes, *Successfully Negotiating Biarkan Orang Lain Mengikuti Kemauan Anda*, (Jakarta: PT Elex Media) hal vii



**PENGARUH MEDIA PEMASARAN ONLINE, DESAIN PRODUK  
DAN KEUNIKAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KERAJINAN MAHAR PADA EL-MAHAR MOJOKERTO**

Oleh:

Muhammad Afif Ubaidillah

NIM : 3118064

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Bambang Setyobudi, S.E., M.M

Suspahariati, S.Sos., M.M

Tanggal :

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si



**PENGARUH MEDIA PEMASARAN ONLINE, DESAIN PRODUK  
DAN KEUNIKAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KERAJINAN MAHAR PADA EL-MAHAR MOJOKERTO**

Oleh :

Muhammad Afif Ubaidillah

NIM : 3118064

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Skripsi pada tanggal 04 bulan Juni tahun 2022 Dan dinyatakan Lulus :

Majelis Penguji  
Ketua

Suspahariati, S.Sos., M.M

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M

Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis Dan Bahasa

Mohammad Imsin, SE., MP



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Afif Ubaidillah

NIM : 3118064

Menyatakan dengan Sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Pemasaran Online, Desain Produk Dan Keunikan Produk Terhadap Minat Beli Kerajinan Mahar Pada El-Mahar Mojokerto” adalah benar karya saya. Hal-hal yang bukan karya saya telah ditandai dengan citasi dan ditunjukkan pada halaman daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi berupa sarjana dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 27 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,

**Muhammad Afif Ubaidillah**

**NIM : 3118064**



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan Ridhonya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh media pemasaran online, desain Produk dan keunikan produk terhadap minat beli kerajinan mahar pada El-mahar Mojokerto”. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program S1 Administrasi Bisnis.

Mengingat dalam pembuatan skripsi ini tidak dapat lepas dari berbagai pihak yang membantu dalam memberi dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya

kepada :

1. Prof. DR. H. Ahmad Zahro, MA., selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Bapak Mohammad Imsin Al Mustofa, SE.,MP., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
3. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si selaku Ketua prodi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.
4. Bapak Bambang Setyobudi, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, Saran, dan kesabaran dalam pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Suspahariati, S.Sos., M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan Bimbingan, saran, dan kesabaran dalam pembuatan skripsi ini.
6. Mbak Fammy dan Mas Sunan selaku admin/pemilik yang telah bersedia menjadi informan
7. Bapak ibu saya dan seluruh keluarga yang telah memotivasi dan membantu baik secara moral, materil maupun doa.





8. Dan semua teman-teman dan sahabat saya, baik yang mencintai saya maupun sebaliknya, saya mengucapkan banyak Terimakasih.

Semoga Allah SWT yang membalas dengan kebaikan yang berlipat ganda, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jombang, 27 Mei 2022

Peneliti



## ABSTRAK

Persaingan usaha yang semakin tinggi dan semakin kompleks sehingga setiap pengusaha dituntut untuk memperbaiki hal-hal yang terkait dalam setiap produk bisnis dan cara pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media pemasaran online, desain produk dan keunikan produk terhadap minat beli kerajinan mahar pada El-mahar Mojokerto. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, dengan jumlah sampel calon pembeli atau customer El-mahar Mojokerto sebanyak 69 orang. Data yang diperoleh diolah menggunakan software IBM SPSS 26.

Berdasarkan analisis data statistic, indikator bersifat valid dan variabelnya bersifat reliable. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heterokedastisitas dan berdistribusi normal. Dengan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 15,199 + 0,289 + 0,052 + 0,129 + e$   $3,597 > 1,99$

Hasil uji t diketahui variabel Media pemasaran online secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai hitung  $3,597 > \text{tabel } 1,99$ , variabel desain produk dengan nilai t hitung  $0,376 > t \text{ tabel } 1,99$  dan variabel keunikan produk dengan nilai t hitung  $0,997 > t \text{ tabel } 1,99$ . Berdasarkan uji F diketahui bahwa signifikansi  $0,002 < 0,05$  sehingga variabel media pemasaran online, desain produk dan keunikan produk berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan dengan  $F \text{ hitung } > F \text{ tabel } (5,670 > 2,74)$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel media pemasaran online, desain produk dan keunikan produk berpengaruh signifikan sebesar 60,7%. Sedangkan sisanya 39,3% dipengaruhi oleh variabel luar yang tidak diteliti.

Kata kunci: media pemasaran, desain produk, keunikan produk, minat Beli



## ABSTRACT

Business competition is getting higher and more complex so that every entrepreneur is required to improve the things related in each business product and the way it is marketing. This research aims to find out the influence of online marketing media, product design and uniqueness on the interest in buying dowry crafts on El-mahar Mojokerto. This research uses non-probability sampling techniques, with a sample number of prospective buyers or customers of El-mahar Mojokerto as many as 69 people. The data obtained is processed using IBM SPSS 26 software.

Based on statistical data analysis, indicators are valid and variables are reliable. In classical assumption testing, a multicollineritas free regression model, heterochemicity and normal distribution occurs. With the results of the multiple linear regression equation as follows:  $Y = 15,199 + 0.289 + 0.052 + 0.129 + e$   
 $3,597 > 1.99$

The results of the t test are known variables Online marketing media partially or simultaneously have a significant effect on buying interest with a calculated value of  $3,597 > \text{table } 1.99$ , product design variables with a value of t count  $0.376 > t \text{ table } 1.99$  and product uniqueness variables with a value of t count  $0.997 > t \text{ table } 1.99$ . Based on the F test, it is known that the significance of  $0.002 < 0.05$  so that the variables of online marketing media, product design and uniqueness affect simultaneously employee performance with F count  $> F \text{ table } (5,670 > 2.74)$ .

The results of this study showed that the variables of online marketing media, product design and uniqueness had a significant effect of 60.7%. The remaining 39.3% was influenced by outside variables that were not studied.

Keywords: marketing media, product design, product uniqueness, buying interest.



## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoristis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teori .....	12
2.2.3 Pengertian Minat Beli .....	18
2.2.4 Pengertian Media Pemasaran Online .....	21



2.2.5 Pengertian Desain Produk .....	23
2.2.6 Pengertian Keunikan Produk .....	25
2.4 Kerangka Pemikiran .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian .....	32
3.2 Desain penelitian .....	32
3.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	33
3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	33
3.5 Populasi Dan Sampel .....	33
3.5.1 Populasi .....	33
3.5.2 Sampel .....	34
3.6 Variabel, Indikator Penelian Dan Definisi Operasional .....	35
3.6.1 Variabel Dan Indikator .....	35
3.6.2 Definisi Operasional Operasional .....	36
3.7 Kerangka Konseptual Dan Hipotesis .....	39
3.7.1 Kerangka Konseptual .....	39
3.7.2 Hipotesis .....	40
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.9 Skala Pengumpulan Data .....	43
3.10 Teknik Analisis Data .....	44
3.10.1 Uji Validitas Dan Reabilitas .....	44
3.10.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.10.3 Regresi Linier Berganda .....	47
3.10.4 Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Penyajian Data .....	52
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52



4.1.2 Data Fokus Penelitian .....	55
4.2 Analisis Dan Intrepretasi Data .....	60
4.2.1 Hasil Analisis Data .....	60
1. Validitas .....	60
2. Reabilitas .....	62
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	63
1. Uji Normalitas .....	63
2. Uji Multikolinearitas .....	64
3. Uji Heteroskedastisitas .....	64
4. Uji Autokolerasi .....	65
4.2.3 Uji Analisis Regresi Berganda .....	67
4.2.4 Uji Hipotesis .....	69
1. Uji t (Parsial) .....	69
2. Uji f (Simultan) .....	70
4.2.5 Uji R Koefisien Determinasi .....	71
4.2.6 Pembahasan .....	72
4.3 Keterbatasan Penelitian .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1 Simpulan .....	75
5.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar.2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	15
Gambar.2.2. Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar.2.3. Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4.1 Lokasi El-Mahar Mojokerto .....	53
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel.2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel.2.2. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel.3.5. Devinisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 4.1 Data Responden Penelitian .....	55
Tabel 4.2 Data Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.3 Data Responden Usia .....	59
Tabel 4.4 Data Responden Pekerja .....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas .....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokolerasi .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial) .....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji f (Simultan) .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji R Determinasi .....	71