

**PENGARUH *MOBILE MARKETING*, *INTEGRATED DIGITAL  
MARKETING* DAN *PUSH DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN MUSLIM  
(STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM KOYU HIJAB*)**



Oleh:

**Bianca Shopa Ul Muntajah**

**NPM: 20180730109**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2022**

**PENGARUH *MOBILE MARKETING, INTEGRATED DIGITAL  
MARKETING* DAN *PUSH DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN MUSLIM  
(STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM KOYU HIJAB*)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna  
memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu  
pada Prodi Ekonomi Syariah  
Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Oleh:**

**Bianca Shopa Ul Muntajah**

**NPM: 20180730109**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **BIANCA SHOPA UL MUNTAJAH**

NPM : **20180730109**

Judul : **PENGARUH *MOBILE MARKETING, INTEGRATED DIGITAL MARKETING* DAN *PUSH DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MUSLIM (STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM KOYU HIJAB*)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



**Bianca Shopa UI Muntajah**

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahil'alamin,*

Pertama-tama puji dan syukur saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan dan kelancaran kepada saya, atas proses pembuatan skripsi ini. Dengan izin dan Ridho-nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan,

Untuk kedua orang tua saya Bapak Abdurrahman Arif, S.Ag dan Ibu Dewi Surtini yang selalu mendoakan dan memberikan semangat yang penuh untuk saya.

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan baik moril maupun materilnya.

Terima kasih juga kepada adik-adik saya Nilzam An-fasa Mulluq dan Miami Afwah Halimatussa'diah yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya, terima kasih kepada keluarga saya dan pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan semuanya disini, tanpa mengurangi besarnya kontribusi yang begitu besar bagi saya.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

*Alhamdulillahirobbil'alamiin* segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesempatan dan nikmat yang telah diberikan. Sholawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: “PENGARUH *MOBILE MARKETING, INTEGRATED DIGITAL MARKETING* DAN *PUSH DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MUSLIM (STUDI PADA *FOLLOWERS KOYU HIJAB*)“ yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, do'a serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Aqidah Asri Suwarsi, S.El., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran dengan penuh kesabaran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak ibu Dosen serta semua staff Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Keluarga besar Tata Usaha Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam proses pengurusan administrasi.
7. Kedua orang tua yaitu Abdurrahman Arif, S.Ag. dan Dewi Surtini yang telah memberikan doa, perhatian, kasih sayang dan semangat kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
8. Adik-adik ku yang selalu memberikan doa dan semangat selama penulisan skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan Devi Anggraeni, Yashinta Nur Fadhilla dan Alda Alvina yang telah membantu, memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan di masa yang akan datang dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'BShopa' with a stylized flourish at the end.

Bianca Shopa UI Muntajah

## DAFTAR ISI

NOTA DINAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	1
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kerangka Teori.....	15
1. <i>Mobile Marketing</i> .....	15
2. <i>Integrated Digital Marketing</i> .....	19
3. <i>Push Digital Marketing</i> .....	21
4. Minat Beli.....	24
5. Konsumen Muslim.....	26
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis Penelitian.....	28



BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel .....	32
C. Teknik Pengumpulan Data .....	33
D. Jenis dan Sumber Data .....	34
E. Definisi Operasional Variabel .....	34
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
G. Uji Asumsi Klasik.....	37
1. Uji Normalitas .....	37
2. Uji Multikolinearitas.....	37
3. Uji Heteroskedastisitas.....	38
4. Uji Linearitas .....	38
H. Teknik Analisis Data .....	38
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
2. Uji Koefisien Determinasi.....	39
3. Uji T.....	39
4. Uji Simultan (Uji F).....	39
BAB IV .....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Koyu Hijab.....	41
1. Profil Koyu Hijab .....	41
2. Produk-Produk Koyu Hijab.....	42
B. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	43
C. Karakteristik Responden .....	43
D. Hasil Uji Analisis Penelitian.....	46
1. Uji Instrumen Penelitian .....	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
E. Pembahasan .....	59
BAB V.....	67
SIMPULAN.....	67

A. Simpulan.....	67
B. Keterbatasan dan saran penelitian selanjutnya .....	68
C. Implikasi .....	69
1. Implikasi Teoritis.....	69
2. Implikasi Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
Lampiran .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Skala Likert .....	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2 .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X3 .....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas.....	54
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Brand Koyu .....	42
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46