

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
KERUDUNG SAUDIA (STUDI PADA MAHASISWA DI IAINU
KEBUMEN)**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu
Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Oleh

**MAHZUN INTIHAN NURSUKMAH
18.21135**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2022**

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
KERUDUNG SAUDIA (STUDI PADA MAHASISWA DI IAINU
KEBUMEN)**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu
Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Oleh

**MAHZUN INTIHAN NURSUKMAH
18.21135**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2022**

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
KERUDUNG SAUDIA (STUDI PADA MAHASISWA DI IAINU
KEBUMEN)**

Oleh

MAHZUN INTIHAN NURSUKMAH

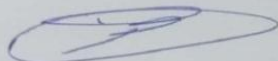
1821135

Telah dimunaqosahkan di depan Sidang Penguji

pada tanggal 26 Oktober 2022

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Ekonomi Syari'ah pada Tanggal 26 Oktober 2022

Pembimbing I



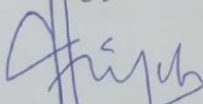
H. Munir Akhyar, S.E., M.Si.
NIDN 0630556301

Pembimbing II



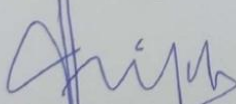
Anisatun Nurul Aliefah, S.E.sy., M.E
NIDN 2124019202

Penguji I



(Mukhsinun, S.H.I., M.E.I)
NIDN 2105038102

Ketua Sidang



(Mukhsinun, S.H.I., M.E.I)
NIDN 2105038102

Penguji II



(Nur Imam Hakim Al Faqih, M.E.K.)
NIDN2108028901

Sekretaris



(H.Munir Achyar, M.Si.)
NIDN630056301

Mengesahkan
Dekan,



MOTTO

Dimana ada kemauan pasti ada jalan

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahzun Intihan Nursukmah

NIM : 1821135

Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MERK KERUDUNG SAUDIA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK DI TOKO JILBAB KEBUMEN (STUDI PADA MAHASISWA DI IAINU KEBUMEN)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah bena-benar hasil penelitian/ pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga 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.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 14 Oktober 2022



Mahzun Intihan Nursukmah

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya sederhana ini merupakan hasil pemikiran dan kerja keras yang berjalan bersama kesabaran dan doa. Dengan rendah hati, rasa syukur atas limpahan Rahmat Allah SWT, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak M. Wasikin dan ibu Nur Khasanah
2. Keluarga kecil tercinta, istri dan anak yang selalu memberikan doa, mendukung dan memberi semangat
3. Sahabat-sahabatku dimanapun berada yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena do'a dan dukungan kalian saya bisa mencapai keberhasilan ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kerudung Saudia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Hasil penelitian yang diolah dengan program SPSS versi 25 bahwa nilai R Square sebesar sebesar 0,958 artinya 95,8% pengaruh citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 4,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diteliti. Hasil uji simultan atau (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya citra merk dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian kerudung Saudia . Sedangkan hasil uji parsial (Uji t) semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian kerudung Saudia dengan tingkat signifikansi untuk variabel digital marketing sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Citra Merk, Kualitas Produk

ABSTRACT

This study aims to determine the partial and simultaneous effect of Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of the Saudia veil at the Hijab Shop. This research uses quantitative research approach. The results of the research which were processed with the SPSS version 25 program that the R Square value was 0.958, meaning that 95.8% of the influence of brand image and product quality on purchasing decisions while the remaining 4.2% was influenced by other variables outside the variables studied. The results of the simultaneous test or (F test) show a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that the brand image and product quality have a significant simultaneous effect on the Saudia veil purchase decision at the Hijab Shop. While the results of the partial test (t test) all variables have a significant influence on the Saudia veil purchase decision at the Hijab Shop with a significance level for digital marketing variables of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image, Product Quality

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang membimbing umat manusia menuju jalan yang terang dan atas ridho-Nya peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK KERUDUNG SAUDIA (STUDI PADA MAHASISWA DI IAINU KEBUMEN)” dengan lancar. Peneliti menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini selain hasil pemikiran sendiri, juga mendapat dukungan dari banyak pihak baik dukungan secara langsung atau tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Fikria Najitama, S.H.I., M.SI. Selaku rektor IAINU Kebumen. Atas arahan dan bimbingannya selama ini.
2. Bapak Benny Kurniawan, M.Pd.I dan Bapak Faisal, M.Ag Selaku Wakil rector IAINU Kebumen.
3. Bapak Mukhsinun, S.H.I., M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen. Atas bimbingan dan arahnya selama ini.
4. Bapak H. Munir Achyar, M.Si. selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak H. Munir Achyar, S.E, M.M.. selaku Dosen pembimbing I dan Ibu Anisatun Nurul Aliefah, S.E.sy., M.E. selaku Dosen pembimbing II yang telah berkenan membimbing, motivasinya dan kebijaksanaannya serta saransarannya dalam meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan-arahan hingga skripsi ini selesai.
6. Segenap Dosen, Staff dan Karyawan di lingkungan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen yang telah memberikan pelayanan dengan baik serta membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Kedua orang tua terhebat yang peneliti miliki yang telah mencurahkan segala kasih sayangnya, memberikan dukungan moril maupun materiil, serta do'a yang selalu dipanjatkan, yang menjadi semangat dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, yang takkan mampu penulis balas dengan setimpal. Semoga dengan hasil karya ini selalu membuat bapak dan ibu bangga.
8. Teruntuk Istri dan anak penulis yang selalu memberi motivasi dan semangat.
9. Terakhir, terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa peneliti sebut satu-persatu. Penulis tidak mampu membalas kebaikan pihak terkait, hanya dapat berdoa ke pada Allah swt. Semoga segala amal baik mereka diterima oleh Allah swt. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan penulis pada khususnya. Aamiin.

Kebumen, 25 September 2022

Mahzun Intihan Nursukmah
NIM 18.21135

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah	10
C. Perumusan Masalah	11
D. Penegasan Istilah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	31
C. Hipotesis Penelitian.....	32
D. Instrumen Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan Penelitian	33
B. Desain Penelitian.....	33

C. Subjek Penelitian	34
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	50
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran-saran.....	58
C. Kata Penutup	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
Table 4. Hasil Uji Variabel Digital Marketing (X1).....	44
Table 5. Hasil Uji Variabel Gaya Hidup (X2).....	45
Table 6. Hasil Uji Variabel Mint (Y).....	46
Table 7. Hasil Uji Realibilitas.....	47
Table 9. Analisis Regresi.....	48
Table 11. Uji Simultan.....	50
Table 12. Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	51
Table 10. Uji Parsial (t).....	55