

**PENGARUH MERK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI
PRODUK DANNIS PADA KONSUMEN MUSLIM
(Studi Kasus Di Toko Rizquna kota Kediri)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan Guna Memperoleh gelar
Sarjana Sarjana Ekonomi Syariah (S.ESy)**



Oleh:

MUHAMMAD SOLEH

9313 026 04

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) KEDIRI
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MERK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI
PRODUK DANNIS PADA KONSUMEN MUSLIM
(Studi Kasus Di Toko Rizquna Kota Kediri)**

MUHAMMAD SOLEH
NIM : 9313 026 04

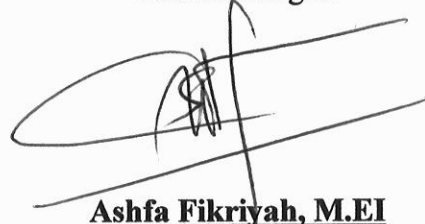
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720626 199903 1 002

Pembimbing II



Ashfa Fikriyah, M.EI
NIP. 19750419 200003 2 002

NOTA DINAS

Kediri, 2 Agustus 2016

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada
Yth, Bapak Ketua Sekolah Tinggi
Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri
Di
Jalan Sunan Ampel 07- Ngronggo
Kediri.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD SOLEH
NIM : 9 313 026 04
Judul : PENGARUH MERK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI
PRODUK DANNIS PADA KONSUMEN MUSLIM (Studi
Kasus Di Toko Rizquna Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diajukan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.


Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720626 199903 1 002

Pembimbing II



Ashfa Fikriyah, M.EI
NIP. 19750419 200003 2 002

**PENGARUH MERK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI
PRODUK DANNIS PADA KONSUMEN MUSLIM
(Studi Kasus Di Toko Rizquna Kota Kediri)**


MUHAMMAD SOLEH
NIM. 9.313.026.04

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Sekolah Tinggi Agama
Islam Negeri Kediri Pada Tanggal 6 September 2016

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Achmad Munif, SE, MM
NIP. 19691025200312 1 001



(.....)

2. Penguji I

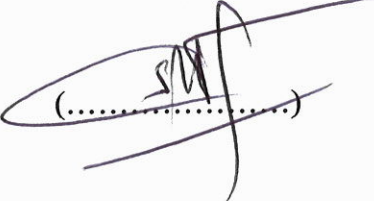
Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720626 199903 1 002



(.....)

3. Penguji II

Ashfa Fikriyah, MEI
NIP. 19750419 200003 2 002



(.....)

Kediri, 16 September 2016
Ketua STAIN Kediri



Dr. Nur Chamid, MM
NIP. 19680714199703 1 002

MOTTO

مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ فَقَدْ عَرَفَ رَبَّهُ

Man 'Arafa Nafsahu, Faqad Arafa Rabbahu.

“Siapa yang mengenal dirinya, akan mengenal *Rabb*-nya”.

∞

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil 'Alamiin berkat Rahmat-Mu ya Robbi, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dan dapat saya persembahkan kepada mereka yang selama ini telah bersahabat dengan memberikan bantuan moril maupun spirituil. Penghargaan dan penghormatan penuh ketulusan kuhaturkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, yang dengan ikhlas dan penuh cinta kasih selalu berkorban demi ananda tersenyum kini hingga kelak. Semoga semua kasih sayang dan cinta Bapak dan Ibu terganti kasih Allah SWT serta semua kebaikan dibalas oleh Allah SWT. Amiin.
2. Istriku tersayang (Mida Denyati) yang selalu memberikan semangat dan memberikan warna baru dalam hari-hariku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, Semoga kesuksesan dan keberhasilan selalu mengiringi kita berdua. Amiin.
3. Anakku tercinta (Freda Aulia Solihi Al Hasani) yang selalu mengisi kesunyian yang datang
4. Kepada semua teman-teman yang lain di STAIN Kediri yang pernah bersinggungan dengan saya tetapi tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan bagi kalian semua. Amiin...

ABSTRAK

MUHAMMAD SOLEH, Dosen pembimbing Dr. ROPINGI, M.Pd, dan ASHFA FIKRIYAH, MEL.: Pengaruh Merk Terhadap Keputusan Membeli Produk Dannis pada Konsumen Muslim (Studi Kasus di Toko Rizquna Kota Kediri), Ekonomi Syariah, Syari'ah, STAIN Kediri, 2016.

Kata kunci : Merk, Keputusan Membeli

Dewasa ini kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak konsumen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan menyebabkan setiap perusahaan barang dan jasa harus menempatkan orientasi pada keinginan konsumen sebagai tujuan utama. Salah satu faktor yang mempengaruhi proses pemenuhan kebutuhan adalah merk. Sebuah merk dapat dibangun menggunakan konsep fungsional, ekperiental atau citra merk. Lebih dari satu konsep dapat dimilikinya, namun akan tetap ada konsep yang paling menonjol yang ditawarkan oleh sebuah merk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh merk dan seberapa besar pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis di toko Rizquna Kota Kediri.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuisioner (angket), metode interview dan metode dokumentasi. Instrumen yang digunakan adalah intrumen angket yang berisi butir pertanyaan untuk memperoleh data tentang merk dan tentang keputusan pembelian. Analisa data yang dipakai adalah *editing*, *coding* dan *categorizing*, *scoring* (memberi skor), *tabulating* data, dan *processing*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Dannis di Toko Rizquna, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh antara merk terhadap keputusan membeli. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh hasil penghitungan yang dilakukan dengan menggunakan rumus *product moment* dengan nilai koefisien sebesar 0,652. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara merk terhadap keputusan membeli memiliki korelasi yang sangat kuat. Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa merk memberikan sumbangan positif yaitu sebesar 0,42 terhadap keputusan membeli produk dannis pada konsumen muslim di Toko Rizquna Kota Kediri. Dengan demikian, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T. atas rahmat dan karunian yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam skripsi ini penulis ingin mengungkapkan Pengaruh Merk Terhadap Keputusan Membeli Produk Dannis pada Konsumen Muslim (Studi Kasus di Toko Rizquna Kota Kediri).

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Chamid, MM selaku Ketua STAIN Kediri dan Dr. Imam Annas Mushlihin, MHI, selaku Ketua Jurusan Syari'ah STAIN Kediri beserta seluruh staf, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga penulis selesai studi.
2. Dr. Ropingi, M.Pd dan Ashfa Fikriyah, MEI selaku dosen pembimbing, yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing dan memberikan dorongan sampai skripsi ini terwujud.
3. Kedua orang tua, istri, anak, kakak, adik, dan keponakan, yang selalu memberikan dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

4. Teman-teman mahasiswa STAIN Kediri yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moril sehingga penulis selesai studi.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Kediri, 29 Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A.	Latar Belakang..... 1
B.	Rumusan Masalah 7
C.	Tujuan Penelitian..... 8
D.	Kegunaan Penelitian 8
E.	Hipotesis Penelitian 9
F.	Asumsi Penelitian 10
G.	Penegasan Istilah 10
BAB II	LANDASAN TEORI
A.	Tinjauan Umum Tentang Pemasaran Dan Merk 12
1.	Pengertian Pemasaran 12
2.	Pengertian Bauran Pemasaran 16
3.	Pengertian Merk 18
4.	Tujuan Pemberian Merk 21
5.	Syarat-syarat Memilih Merk 23
6.	Unsur Pembentuk Merk 24
7.	Pertimbangan dalam Menciptakan Merk 28

	B. Tinjauan Umum Tentang Keputusan Membeli	
	1. Pengertian Perilaku Konsumen	29
	2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	31
	3. Pengertian Keputusan Pembelian	34
	4. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih	37
	C. Tinjauan Pemasaran dan Keputusan Pembelian dalam Islam	
	1. Pemasaran Dalam Islam	46
	2. Bauran Pemasaran dalam Islam	46
	3. Pengertian Konsumsi dalam Islam	47
	4. Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi	53
	5. Ketentuan Islam dalam Konsumsi	56
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Rancangan Penelitian	60
	B. Populasi dan Sampel	61
	C. Instrumen Penelitian	63
	D. Metode Pengumpulan Data	68
	E. Analisis Data	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
	B. Deskripsi Data	83
	C. Pengujian Hipotesis	94
BAB V	PEMBAHASAN	102
BAB VI	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	108
	B. Saran	108
	DAFTAR PUSTAKA	110
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas untuk Merk	64
Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Validitas untuk Keputusan Membeli	65
Tabel 3. Interpretasi Nilai r	66
Tabel 4. Uji Reliabilitas Merk	67
Tabel 5. Uji Reliabilitas Keputusan Membeli	67
Tabel 6. Data Skor Hasil Angket Variabel x (Merk)	84
Tabel 7. Perhitungan Standart Deviasi Kelompok Untuk Variabel X	87
Tabel 8. Konversi Untuk Variabel X	88
Tabel 9. Data skor Hasil Angket Variabel Y (Keputusan Membeli)	89
Tabel 10. Perhitungan Standart Deviasi Kelompok Untuk Variabel Y	92
Tabel 11. Tabel Konversi Untuk Variabel Y	93
Tabel 12. Data Hasil Angket Untuk Variabel x (Merk) Dan Variabel y (Keputusan Membeli)	95
Tabel 13. Tabel Kerja atau Perhitungan	96
Tabel 14. Tabel Interpretasi r Product Moment	100

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I. Pedoman Angket
- Lampiran II. Pedoman Dokumentasi
- Lampiran III. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran IV. Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran V. Daftar Riwayat Hidup