

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SHAMPOO SUNSILK HIJAB**

(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

DEFITA FEBRIYANTI

9.313.071.14

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK HIJAB
(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016)

DEFITA FEBRIYANTI
NIM 9.31.30.71.14

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
pada tanggal 04 Juni 2018.

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Achmad Munif, SE.MM

NIP. 19691025 200312 2 001

2. Penguji I

Dr. Andriani, SE.MM

NIP. 19730113 200312 2 001

3. Penguji II

Sri Anugrah Natalina, SE.MM

NIP. 19771225 200901 2 006

(.....)

(.....)

(.....)



Kediri, 08 Juni 2018
Dekan Fakultas Syariah,

Dr. H. Imam Annas Muslih, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK HIJAB

(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016)

DEFITA FEBRIYANTI

NIM 9.31.30.71.14

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Andriani, SE.MM
NIP: 19730113 200312 2 001

Pembimbing II,



Sri Anugrah Natalina, SE.MM
NIP: 19771225 200901 2 006

NOTA DINAS

Kediri, 15 Mei 2018

Nomor :
Lampiran : 4(empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 7- Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : DEFITA FEBRIYANTI
NIM : 9.31.30.71.14
Judul : PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK HIJAB
(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN
Kediri Angkatan 2016)

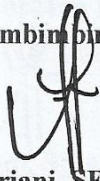
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir
sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE.MM
NIP: 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Sri Anugrah Natalina, SE.MM
NIP: 19771225 200901 2 006

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 15 Mei 2018

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 7- Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : DEFITA FEBRIYANTI
NIM : 9313.071.14
Judul : PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK HIJAB
(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2016)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 4 Juni 2018, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

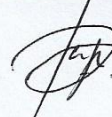
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE.MM
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Sri Anugrah Natalina, SE.MM
NIP.19771225 200901 2 006

HALAMAN MOTTO

MAN JADDA WA JADDA

(“Barang siapa yang bersungguh- sungguh akan mendapatkannya)

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ
لَكُمْ وَعَسَى

أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

(Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui). QS. Al Baqarah: 216

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا
مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

(Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.) QS. Ar-Radd:11

(“Nothing is Imposibble “)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur kepada Allah SWT, serta curahan sholawat dan salam kepada Rasulullah SAW. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Kasdi dan Ibu Roni, yang selalu membimbing, mendukung, memotivasi, menyemangati, dan mendoakan dengan penuh ketulusan serta telah berjuang dengan penuh keikhlasan untuk kesuksesan saya. Terimakasih banyak kuucapkan untuk Bapak dan Ibu .
2. Kakak saya Suprianto, S.E, yang selama ini telah membimbing, mendukung dan menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga besar Mbah Somo Marni yang telah mendukung dan mendoakan untuk keberhasilan penyusunan skripsi saya.
4. Ibu Dosen Pembimbing Dr. Andriani, SE.MM dan Ibu Dosen Pembimbing Sri Anugrah Natalina, SE.MM , terimakasih yang selalu membimbing dengan sabar, menasehati, memberi dukungan, dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. “Teman Terbaik Cah Wedi Luwe” (Binti, Maya, Anis, Azim, Mega, Dea,Tia, Dyah) yang telah menjadi keluarga saya diperantauan dan selalu berbagi suka maupun duka, serta selalu memberi semangat maupun dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan “KUANTITATIF” (Zelika, Vira, Niken, Rani Ismi, Elisa, Ifa, Gus Tamam) yang selalu berjuang bersama-sama, memberikan motivasi, dorongan, semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabatku Trisnaning, Asri Dwi, Evi Nurvita , Anisa Nugraheni, Siti Nuraisah, yang telah menjadi panutan , motivasi, dan berbagi suka maupun duka.
8. Teman-teman ”Kelas B” Ekonomi Syariah 2014 yang telah memberi semangat, motivasi, dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga skripsi yang berjudul “PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK HIJAB (STUDI PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN KEDIRI ANGKATAN 2016)” ini dapat terselesaikan dengan baik dan bisa digunakan sebagai prasyarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) IAIN Kediri.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menemui beberapa hambatan. Hal tersebut disebabkan terbatasnya kemampuan penulis, yang kemudian menuntut penulis untuk menambah wawasan keilmuan yang lebih luas dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang sedalam- dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak H. Imam Anas Muslih, M.HI selaku Dekan Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
3. Bapak dan ibu dosen beserta Staf Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Ibu Dr. Andriani, SE.MM selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE.MM selaku dosen pembimbing II serta Ibu Dra. Nurul Hanani, M.HI

selaku wali studi penulis, yang selalu memberikan bimbingan, memberikan masukan, motivasi, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Kepada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 yang telah bersedia menjadi responden saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua, keluarga, sahabat, teman-teman yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan, bimbingan, motivasi dan kritik saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berharap kepada semua pihak yang membaca, agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya.

Kediri, 15 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kegunaan Penelitian	15
E. Hipotesis Penelitian	16
F. Telaah Pustaka.....	16
BAB II : LANDASAN TEORI	20
A. Iklan	20
B. Citra Merek	29
C. Keputusan Pembelian	37
D. Hubungan Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	49
BAB III : METODE PENELITIAN	51

A. Rancangan Penelitian	51
B. Lokasi Penelitian	51
C. Variabel Penelitian.....	52
D. Definisi Operasional	52
E. Populasi dan Sampel	55
F. Data dan Sumber Data	56
G. Teknik Pengumpulan Data	56
H. Instrumen Penelitian	57
I. Analisis Data.....	58
BAB IV : HASIL PENELITIAN	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Deskripsi Responden	79
C. Deskripsi Data	81
BAB V : PEMBAHASAN	107
A. Iklan Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016	107
B. Citra Merek Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016	108
C. Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016	110
D. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016	112
E. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016.....	113
F. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016	113

BAB VI : PENUTUP	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Shampoo di Indonesia Menurut Survei Top Brands.....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Shampoo Sunsilk Menurut Survei Top Brands	7
Tabel 1.3 Data Mahasiswa Aktif Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016	10
Tabel I.4 Data Pemakaian Shampoo Sunsilk Hijab Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016	10
Tabel I.5 Tabel Faktor-faktor Keputusan Pembelian Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2016	11
Tabel 3.1 Interpretasi Nilai r Product Moment	65
Tabel 4.1 Perkembangan Produk Shampoo Sunsilk	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	83
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Iklan	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	85
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Citra Merek	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif.....	90
Tabel 4.12 Kategori Untuk Variabel X1 (Iklan)	91
Tabel 4.13 Kategori Untuk Variabel X2 (Citra Merek)	92
Tabel 4.14 Kategori Untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian)	93
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	94

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	95
Tabel 4.17 Hasil Autokorelasi.....	98
Tabel 4.18 Hasil Uji Korelasi.....	99
Tabel 4.19 Interpretasi r Product Moment.....	100
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	101
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	103
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	104
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Hasil Uji Heterokedasitas.....	97
------------	--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabel Isac dan Michael
- Lampiran 3. Tabel R Pearson
- Lampiran 4. Tabel Durbin Watson
- Lampiran 5. Tabel F
- Lampiran 6. Jawaban Responden
- Lampiran 7. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8. Daftar Konsultasi
- Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

DEFITA FEBRIYANTI, Dosen Pembimbing: Dr. ANDRIANI ,SE, MM dan SRI ANUGERAH NATALINA, SE, MM.: Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016).

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Penggunaan Hijab oleh wanita muslimah di Indonesia mengalami peningkatan yang tinggi. Hal ini menyebabkan permasalahan rambut yang lebih kompleks seperti rambut berketombe, rontok, atau berminyak. Salah satu produk shampoo yang dikeluarkan oleh PT. Unilever Tbk Indonesia adalah Shampoo Sunsilk Hijab. Dalam memperkenalkan produk tersebut, PT. Unilever Tbk Indonesia menggunakan iklan yang menarik, sehingga membuat citra merek shampoo tersebut menjadi positif di kalangan masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi berjumlah 120 Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016 dengan sampel 89, yang diambil berdasarkan Tabel Isac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5 %. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian berdistribusi normal, dilihat dari hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov yaitu $Asmpy. Sign\ 0,301 > 0,05$. Berdasarkan hasil *Korelasi Pearson Product Moment*, nilai r iklan dengan keputusan pembelian sebesar 0,628, menunjukkan adanya korelasi yang kuat. Kemudian citra merek dengan keputusan pembelian menunjukkan angka sebesar 0,593, hal ini berarti terdapat korelasi yang kuat. Sedangkan analisis regresi linier berganda menghasilkan model persamaan : $Y = 17,876 + 0,331 X_1 + 0,265 X_2$. Berdasarkan Uji F, nilai F_{hitung} sebesar 33,068 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,95, dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($33,068 > 3,95$), yang menunjukkan variabel iklan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada Uji t iklan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,564 > 1,9876$), berarti iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Uji t citra merek t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,462 > 1,9876$), berarti citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 0,435, yang berarti 43,5 % keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh iklan dan citra merek, sedangkan sisanya 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian menyatakan bahwa H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian shampoo sunsilk hijab pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016.