

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK
WARDAH
(Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN
Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

IZATUL AINIAH

9313.101.17

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2021

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK
WARDAH
(Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN
Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

IZATUL AINIAH

9313.101.17

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK WARDAH
(Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN
Kediri)**

IZATUL AINIAH

NIM. 9313.101.17

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Sulistyowati, S.HI, M.El.

NIP. 19810930 200901 2 008



Moch. Zainudin, M.El.

NIDN. 2130108301

NOTA DINAS

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

Kediri, 11 Oktober 2021

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : IZATUL AINIAH

NIM : 931310117

Judul : Pengaruh *Islamic branding* terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri)

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

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

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Sulistyowati, S.HI, M.El.

NIP. 19810930 200901 2 008

Pembimbing II



Moch. Zainudin, M.El.

NIDN. 2130108301

NOTA PEMBIMBING

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

Kediri, 15 November 2021

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : IZATUL AINIAH

NIM : 931310117

Judul : Pengaruh *Islamic branding* terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri)

Setelah diperbaiki meteri dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada 02 November 2021, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI.

NIP. 19810930 200901 2 008



Moch. Zainudin, M.EI.

NIDN. 2130108301

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK WARDAH**

(Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah

Angkatan 2017 IAIN Kediri)

IZATUL AINIAH

9313.101.17

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 02 November 2021

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Sri Anugrah Natalina, SE, MM

NIP. 19771225 200901 2 006


(.....)

2. Penguji I

Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI.

NIP. 19810930 200901 2 008


(.....)

3. Penguji II

Moch. Zainudin, M.EI.

NIDN. 2130108301


(.....)

Kediri, 02 November 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Anas Mushlih, MHI.

NIP. 19750101 199803 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : IZATUL AINIAH

NIM : 9313.101.17

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Program Studi Ekonomi Syariah

E-mail address :

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : PENGARUH ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK WARDAH (Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 22 Mei 2022

Penulis

(IZATUL AINIAH)

MOTTO

قُلْ يَا عِبَادِ الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا رَبَّكُمْ لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا فِي هَذِهِ الدُّنْيَا حَسَنَةٌ
وَأَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةٌ إِنَّمَا يُوَفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ (10)

“Katakanlah (Muhammad), “Wahai hamba-hamba-Ku yang beriman! Bertakwalah kepada Tuhanmu.” Bagi orang-orang yang berbuat baik di dunia ini akan memperoleh kebaikan. Dan bumi Allah itu luas. Hanya orang-orang yang bersabarlah yang disempurnakan pahalanya tanpa batas.”

(QS. Az ‘Zumar: 10)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas ridho Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Suprianto dan Ibu Sri Amanah yang selalu mendoakan, mendukung dan menyemangati. Telah ikhlas membesarkan dan mendidiku. Selalu memberikan dukungan moril dan materiil untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Pembimbing yang terhormat Ibu Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI dan Bapak Moch. Zainudin, M.EI yang telah melimpahkan ilmu, meluangkan waktunya dan memberikan nasehat-nasehat sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga saya tercinta di Blitar dan Pare yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta hiburan dikala saya mengalami kesulitan dan halangan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Untuk sahabat saya tercinta dari semester satu Ayuk, Dessy, Fatma, Sesarika, Dede, Wimay dan teman-teman prodi Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang selalu membantu, menemani dan saling mendukung disaat suka dan duka untuk menyelesaikan studi.
5. Sahabat yang saya sayangi Konco Galak Lindut, Erika, Zidni, Putri, Nova, Perdana, Chintya, Txo, Balqis, Liyana, Yuli yang selalu mendukung, membantu, memberikan motivasi, dan masukan kepada saya.
6. Teruntuk keluarga dan orang yang tidak kusebut namanya, terima kasih selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dan dukungan kepada saya.
7. Keluarga besar almamater IAIN Kediri, saya ucapkan terima kasih.

ABSTRAK

IZATUL AINIAH, Dosen Pembimbing: Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI., dan Moch. Zainudin, M.EI. : Pengaruh *Islamic branding* terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah (Studi pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri), Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2021.

Kata Kunci : *Islamic branding*, Keputusan Pembelian

Kebutuhan yang semakin berkembang mendorong perusahaan senantiasa berusaha untuk menciptakan berbagai produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Banyaknya produk membuat masyarakat semakin selektif dalam melakukan pembelian. *Brand* (merk) menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu strategi *branding* yang menunjukkan keefektifannya adalah *Islamic branding*. Populasi Muslim yang besar dinilai oleh para produsen sebagai pangsa pasar yang cukup menjanjikan. Penggunaan nama *brand* yang berbau Arab ataupun keislaman dinilai mampu membentuk persepsi dan kepercayaan tersendiri bagi konsumen Muslim untuk membeli suatu produk. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian sabun pembersih wajah merk Wardah pada mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan data-data yang diperoleh dari lapangan berupa angka yang selanjutnya diolah dengan aplikasi statistika yaitu SPSS 21. Analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linear sederhana, analisis korelasi, uji hipotesis T, dan koefisien determinasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi prodi Perbankan Syariah berjumlah 64 mahasiswi. Selanjutnya untuk sampel penelitian ini juga menggunakan sampel sebanyak 64 mahasiswi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian pada mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 IAIN Kediri termasuk ke dalam kategori cukup dengan nilai masing-masing 48,80 dan 43,58. Analisis regresi linear sederhana memperoleh persamaan $Y = 10,804 + 0,672X$ yang menunjukkan pengaruh positif antara variabel *Islamic branding* (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Untuk hasil analisis korelasi *product moment* menunjukkan angka 0,718 yang dikategorikan kuat. Dari hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai 0,515. Nilai 0,515 memiliki arti bahwa besarnya pengaruh *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 51,5%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 48,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu keluarga, kelompok referensi, kondisi ekonomi, dan sebagainya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas taufiq, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Islamic branding* terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2017 IAIN Kediri)” dengan baik. Sholawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan sekaligus tauladan kita sebagai umat Islam Nabi Muhammad SAW dan seluruh keluarga, sahabat-sahabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat pertolongan, tuntunan, petunjuk, bantuan, bimbingan, dan arahan berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) dalam Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini serta memberi dukungan baik langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Ucapan terima kasih khususnya disampaikan kepada yang saya hormati:

1. Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri dan para pembantu Rektor serta seluruh jajaran yang senantiasa mencurahkan dengan penuh keikhlasan dalam rangka pengembangan mutu dan kualitas IAIN Kediri.
2. Dr. H. Imam Annas Muslih, S.H., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu dosen pembimbing skripsi Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI dan Bapak Moch. Zainudin, M.EI, yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, motivasi serta meluangkan waktunya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Tenaga Dosen, Pegawai Staf Akademik dan Tata Usaha khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala bantuan dan bimbingan selama ini.
5. Ayahanda tercinta Suprianto dan Ibunda Sri Amanah , terima kasih untuk semua doa, tenaga, kesabaran serta tak henti-hentinya memberikan dukungan baik secara moril dan materiil untuk mencapai kesuksesan.
6. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi angket yang telah disediakan oleh penulis.
7. Kepada sahabat–sahabat dan teman–teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri beserta pihak–pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang membantu dan mendoakan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Semoga jasa yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan mendapat balasan yang mulia di sisi Allah SWT. Atas segala bantuan, pengalaman, kebahagiaan serta

semangat yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih banyak. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin.

Kediri, 13 Juli 2021

Penulis,

Izatul Ainiah

NIM. 9313.101.17

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>ISLAMIC BRANDING</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MERK WARDAH	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Telaah Pustaka.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. <i>Islamic Branding</i>	16
1. Pengertian <i>Islamic Branding</i>	16
2. Bentuk <i>Islamic Branding</i>	18
B. Keputusan Pembelian	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2. Tahap-tahap Keputusan Pembelian	22
3. Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	23
C. Hubungan <i>Islamic branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Rancangan Penelitian	28
B. Data dan Sumber Data.....	28
C. Metode Pengumpulan Data	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Instrumen Penelitian.....	31
F. Definisi Operasional Variabel	31
G. Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Institut Agama Islam Negeri (IAIN Kediri).....	41
2. Wardah (PT. <i>Paragon Technology Innovation</i>).....	46
B. Deskripsi Data	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Uji Asumsi Klasik	52
4. Analisis Deskriptif.....	56
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
6. Analisis Korelasi	59
7. Uji T	60
8. Koefisien Determinasi.....	61
BAB V PEMBAHASAN	63
A. <i>Islamic branding</i> Produk Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah pada Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah IAIN Kediri Angkatan 2017.....	63
B. Keputusan Pembelian Produk Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah pada Mahasiswi FEBI IAIN Kediri Angkatan 2017	68
C. Pengaruh <i>Islamic branding</i> terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah	73
BAB VI PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top <i>Brand</i> Index Sabun Pembersih Wajah Tahun 2019-2020	4
Tabel 1.2	Jumlah Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017	5
Tabel 1.3	Mahasiswi Perbankan Syariah Pengguna Sabun Pembersih Wajah...	6
Tabel 1.4	Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Merk Wardah.....	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.1	Struktur Organisasi FEBI.....	44
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Islamic Branding (X)	49
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Islamic Branding (X).....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas SPSS 21	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Run Test SPSS 21	55
Tabel 4.8	Hasil Deskripsi Variabel Islamic branding (X) dan Pemberian Keputusan (Y).....	56
Tabel 4.9	Kategorisasi untuk Variabel Islamic branding (X).....	56
Tabel 4.10	Kategorisasi untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4. 11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	58
Tabel 4. 12	Hasil Uji Korelasi Product Moment Correlations.....	60
Tabel 4. 13	Hasil Uji T	61
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	85
Lampiran 2	88
Lampiran 3	92
Lampiran 4	96
Lampiran 5	99
Lampiran 6	103
Lampiran 7	104