

**PERAN PENGGUNAAN APLIKASI *GRAB* DALAM MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
(STUDI KASUS MIE ABANG LAMBE KOTA KEDIRI)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**NIDA FADHILAH RAMADANI**

9313.094.17

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan Judul:**

**PERAN PENGGUNAAN APLIKASI *GRAB* DALAM MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS* KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
(Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri)**

Di susun oleh:

**NIDA FADHILAH RAMADANI**

931309417

Telah di setujui untuk di ujikan

Kediri, 19 Juni 2022

Pembimbing I



**Rofik Efendi, S. Kom., MM**  
NIP 19690617 199803 1002

Pembimbing II



**Dr. Yuliani, MM**  
NIP 198407102019032

## NOTA DINAS

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

Kediri, 20 Juni 2022

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di  
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NIDA FADHILAH R.

NIM : 9313.094.17

Judul : PERAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi  
Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat  
bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian  
akhir Sarjana Strata Satu (S1).

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

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


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



**Rofik Efendi, S. Kom., MM**  
NIP 19690617 199803 1002

Pembimbing II



**Dr. Yuliani, MM**  
NIP 198407102019032

## NOTA PEMBIMBING

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

Kediri, 20 Juni 2022

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NIDA FADHILAH R.  
NIM : 9313.094.17  
Judul : PERAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi  
Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada 14 Juli 2022 kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



**Rofik Efendi, S. Kom., MM**  
NIP 19690617 199803 1002

Pembimbing II



**Dr. Yuliani, MM**  
NIP 198407102019032

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
(Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri)

NIDA FADHILAH RAMADANI

9313.094.17

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Pada tanggal 14 Juli 2022

Institut Agama Islam Negri (IAIN) Kediri Tim penguji

Penguji Utama

**Dr. H Jamaluddin Acmad Kholik, Lc, MA**

NIP. 197509132008011014



Penguji I

**Rofik Efendi, S. Kom., MM**


NIP 19690617 199803 1002



Penguji II

**Dr. Yuliani, MM**

NIP 198407102019032



Kediri, 19 Juli 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H Imam Annas Mushihin, MHI.**

NIP.19750101 199803 1 002



**HALAMAN MOTTO**

*Trust is like paper once it's crumbled, it can never be perfect again.*

“Kepercayaan itu seperti kertas sekali dirusak, tidak akan pernah bisa sempurna lagi.”

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Robbil'Alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang diberikan kepada kami. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segenap rasa cinta dan sayang, saya persembahkan karya sederhana ini untuk:

1. Kepada ke dua orang tua ku, Ibu Muzam Zamah dan Bapak Ahmad Solikin yang telah mendidikku dengan penuh kasih sayang, ketulusan dan selalui memotivasiku sejak dahulu hingga saat ini.
2. Para dosen IAIN Kediri yang selalu memberikan ilmu kepadaku, selama menuntut ilmu di kampus tercinta IAIN Kediri serta kepada para karyawan yang selalu membantu dalam segala keperluan guna mendukung perkuliahan di IAIN Kediri.
3. Dosen pembimbing Bapak Rofik Efendi, S.Kom., MM. dan Ibu Dr. Yuliani, M.M selaku dosen pembimbing serta Bapak Achmad Munif, SE, MM selaku wali dosen yang dengan sabar telah membimbing dan memberi arahan, dalam penyusun skripsi ini.
4. Kepada Kakak Yosa Galih Aldianza selaku pemilik Mie Abang Lambe Kota Kediri yang telah mengizinkan dan memberikan informasi mengenai usahanya guna memperlancar skripsi saya.
5. Seluruh teman-teman Prodi Ekonomi Islam angkatan 2017 yang telah mendukung dan membantu proses skripsi ini.
6. Kepada sahabat tercinta saya Fany Alifia Mahmudah, Nurul Hidayah, Yesi Lintang, Haifa Khoirunnisa, Erika Dwiyanti dan Shabrina Luthfiani yang setiap saat selalu memberikan semangat serta dukungannya kepada saya.
7. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna Thank me for believing me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

## ABSTRAK

NIDA FADHILAH RAMADANI. 2022. PERAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, Pembimbing (1) Rofik Efendi, S. Kom., MM, dan (2) Dr. Yuliani, MM.

**Kata Kunci :** Aplikasi Grab, *Brand Awarness*, Islam.

Aplikasi Mobile berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat pula. Aplikasi Mobile memudahkan aktifitas manusia dan membuat pekerjaan manusia lebih efisien waktu dan tempat. Aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah aplikasi layanan jasa yang menyediakan berbagai fitur penawaran seperti halnya Aplikasi Mobile Grab. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor usaha yang terdorong dengan munculnya Aplikasi Mobile Grab dalam hal *brand awarness* yang dibentuk oleh UMKM itu sendiri. Penelitian ini menjelaskan mengenai: Peran Penggunaan Aplikasi GRAB dalam Meningkatkan *Brand Awarness* Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri).

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian adalah pemilik dan tim dari Mie Abang Lambe Kota Kediri yang berjumlah 5 orang. Pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dalam beberapa tahap, dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan kepercayaan, peningkatan ketekunan, dan triangulasi.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1) Penggunaan aplikasi Grab mampu berperan meningkatkan *brand awarness* dengan ikut dan aktif menggunakan penawaran program, mengenalkan produk khas yang dapat menjadikan kosumen berlangganan dan terdepan dalam persaingan (2) Dalam meningkatkan *brand awarness* konsumen, Mie Abang Lambe membangun nilai-nilai Islam dalam usahanya seperti kepercayaan dan kejujuran, menghormati dan kedamaian, persamaan, disiplin dan pengembangan diri, pemahaman dan komunitas, dan transparan.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul .  
**“PERAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Mie Abang Lambe Kota Kediri)”**

Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW serta seluruh keluarga, sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman.

Penulis menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dan ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Muslihin, MHI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Rofik Efendi, S.Kom., MM. dan Ibu Dr. Yuliani, M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan memberi arahan, dalam penyusun skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan pelayanan ilmiahnya.
5. Mas Yosa Galih Aldianza yang telah membantu dan mengizinkan untuk melakukan penelitian di Mie Abang Lambe Kota Kediri.
6. Kedua Orangtua dan saudaraku yang selalu memberi semangat dan motivasi serta mendoakan segala hal tentangku.
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri serta pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada semua pihak tersebut diatas yang dengan tulus ikhlas berkorban untuk membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, sehingga menambah kelancaran

dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis hanya mampu membalas dengan do'a semoga ketulusan dan amal baik semua diterima oleh Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini memberi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Kediri, 15 Juni 2022

**Penulis**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Telaah Pustaka .....	10
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Aplikasi Mobile .....	15
B. Aplikasi Grab .....	17
C. <i>Brand Awareness</i> .....	18
D. <i>Brand Awareness</i> dalam Perspektif Islam .....	23
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	27
B. Kehadiran Peneliti .....	27
C. Lokasi Penelitian .....	28
D. Sumber Data .....	28
E. Metode Pengumpulan Data .....	29
F. Analisis Data .....	31
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	32
H. Tahap-tahap Penelitian .....	33

**BAB IV: PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 36
- B. Paparan Data ..... 44

**BAB V : PEMBAHASAN**

- A. Peran Penggunaan Aplikasi grab dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Konsumen ..... 55
- B. Meningkatkan Brand awareness Konsumen Mie Abanng Lambe dalam Perspektif Islam ..... 59

**BAB VI :PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 66
- B. Saran ..... 67

**DAFTAR PUSTAKA ..... 68**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 72**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pembandingan Pengguna Grab dan Gojek.....	3
Tabel 1.2 Data Pembandingan Usaha Sepadan di Kota Kediri .....	7
Tabel 1.3 Data Penjualan Mie Abang Lambe Kota Kediri .....	8
Tabel 4.1 Struktur Tim Mie Abang Lambe Kota Kediri.....	40
Tabel 4.2 Data Pembandingan Pembelian Konsumen .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Nilai-nilai kesadaran merek .....	22
Gambar 4.1 Logo Mie abang Lambe Kota Kediri .....	37
Gambar 4.2 Outlet Mie abang Lambe Kota Kediri.....	38
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Mie Abang Lambe .....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Daftar Wawancara .....	72
Lampiran 2: Surat Permohonan Observasi .....	74
Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian.....	75
Lampiran 4: Daftar Konsultasi Skripsi .....	80
Lampiran 5: Daftar Riwayat hidup .....	82