

**PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
MAMY POKO PANTS DI DESA BULUPASAR KECAMATAN
PAGU KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Islam (S.Psi)



DISUSUN OLEH:

SHINTA BELIA PRABANDARI

9334.126.18

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
MAMY POKO PANTS DI DESA BULUPASAR KECAMATAN
PAGU KABUPATEN KEDIRI**

SHINTA BELIA PRABANDARI


933412618

Disetujui oleh:

Pembimbing I


Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd
NIP. 197206261999031002

Pembimbing II


Ervin Abdillah, S.Psi, MA
NIDN. 2005058504

NOTA DINAS

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

Kediri, 17 November 2022

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
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 : SHINTA BELIA PRABANDARI
NIM : 933412618
Judul : PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN MAMY POKO PANTS DI DESA
BULUPASAR KECAMATAN PAGU KABUPATEN
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


Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd
NIP. 197206261999031002

Pembimbing II


Ervin Abdillah, S.Psi, MA
NIDN. 2005058504

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
MAMY POKO PANTS DI DESA BULUPASAR KECAMATAN
PAGU KABUPATEN KEDIRI**

SHINTA BELIA PRABANDARI

933412618

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Pada Tanggal 15 Januari 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Mohommad Arif, M.A

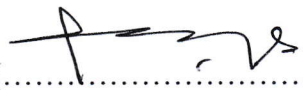
NIP. 196807052006041001

()

2. Penguji I

Dr. Ropingi, M.Pd

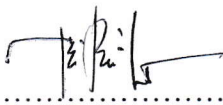
NIP. 197206261999031002

()

3. Penguji II

Ervin Abdillah, S.Psi, M.A

NIDN. 2005058504

()

Kediri, 15 Januari 2023
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 197111212005011006

NOTA PEMBIMBING

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

Kediri, 17 November 2022

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
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 : SHINTA BELIA PRABANDARI
NIM : 933412618
Judul : **PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MAMY POKO PANTS DI DESA BULUPASAR KECAMATAN PAGU KABUPATEN KEDIRI**

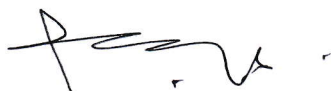
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

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



Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd
NIP. 197206261999031002

Pembimbing II



Ervin Abdillah, S.Psi, MA
NIDN. 2005058504



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 : SHINTA BELIA PRABANDARI
NIM : 933412618
Fakultas/Jurusan : USHULUDDIN DAN DAKWAH/ PSIKOLOGI ISLAM
E-mail address : shinbelia28@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MAMY POKO
PANTS DI DESA BULUPASAR KECAMATAN PAGU KABUPATEN 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, 23 Maret 2023

Penulis



(SHINTA BELIA P.)

MOTTO

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ أَسَاءَ فَعَلَيْهَا وَمَا رَبُّكَ بِظَلَّامٍ لِلْعَبِيدِ

“Barangsiapa mengerjakan kebajikan maka (pahalanya) untuk dirinya sendiri dan barangsiapa berbuat jahat maka (dosanya) menjadi tanggungan dirinya sendiri.

Dan Tuhanmu sama sekali tidak menzalimi hamba-hamba(-Nya).” (Q.S

Fussilat:46)

PERSEMBAHAN

Saya mendedikasikan skripsi ini untuk:

1. Allah Yang Maha Esa
2. Seluruh pengajar dan staff di IAIN Kediri, khususnya dosen pembimbing saya, Bapak Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd dan Bapak Ervin Abdillah, S.Psi, M.A. Terima kasih banyak atas masukan dan sarannya untuk skripsi ini.
3. Yang saya hormati dan sayangi, kedua orang tua Bapak Agus Budi Suntoko dan Ibu Wiwik Setyowati. Terima kasih atas cinta, dukungan, kesabaran, do'a dan kasih sayang dihidupku. Terima kasih atas semua yang kalian berikan kepadaku. Ayah dan Ibu merupakan anugerah yang diberikan Allah untukku. Semoga Allah selalu memberkahi didunia dan akhirat.
4. Yang aku sayangi kakak Nensi Rensia Ajeng Dewi dan kakak iparku Syafiul Umam serta krucil-krucilku (Dirandra Ahmad dan Neira Ayezha) yang selalu mendoakanku, memberikan semangat dan selalu menghiburku.
5. Bapak Ervin Abdillah , S.Psi, M.A. dan seluruh pengajar di IAIN Kediri, yang telah memberikan masukan dan sarannya.
6. Teman-temanku tercinta Rianita Anggelia, Akbar Arief dan Rouyaan Abdul Aziz yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a dan tempat berkeluh kesah dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuanganku Widya Prananingrum, Putri Ayu, Anisatul Qusna, dan prodi Psikologi Islam angkatan 2018 khususnya kelas Psi C, yang telah membantu, memberikan dukungan dan mendoakan ku. Semoga Allah swt selalu memberkahi kalian. Dan untuk seluruh temanku terima kasih atas kenangan dan pengalamannya, aku akan selalu mengingatnya.

ABSTRAK

SHINTA BELIA PRABANDARI, Dosen Pembimbing Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd dan Ervin Abdillah, S.Psi, MA, Pengaruh *Brand Loyalty* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mamy Poko Pants di Desa Bulupasar, Skripsi, Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2022.

Kata kunci: *Brand Loyalty*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti *brand loyalty* dan *brand image*. Hal ini terjadi ketika konsumen loyal terhadap produk terdorong untuk melakukan pembelian karena *image* yang telah melekat pada *brand* tersebut. Tujuan penelitian 1) untuk mengetahui pengaruh *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian pada konsumen mamy poko pants di desa bulupasar 2) untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen mamy poko pants di desa bulupasar 3) untuk mengetahui pengaruh *brand loyalty* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen mamy poko pants di desa bulupasar. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam metode ini menggunakan kuesioner dengan bantuan SPSS versi 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) hasil analisis uji t didapatkan bahwa nilai t hitung = 3.840 > t tabel = 1.984, dengan signifikansi yang diperoleh sebesar $0.000 < 0.05$, artinya secara parsial *brand loyalty* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) hasil analisis uji t didapatkan bahwa nilai t hitung = 6.884 > t tabel = 1.984, dengan signifikansi yang diperoleh sebesar $0.000 < 0.05$. 3) Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai R sebesar 0.758. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.566, artinya bahwa pengaruh variabel independen (*brand loyalty* dan *brand image*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 56.6 %. Sedangkan sisanya yakni 43.4% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji regresi linier tersebut, dapat diketahui perbandingan f hitung > f tabel yakni $66.327 > 3.088$. Sedangkan untuk nilai sig. f untuk pengaruh variabel $0.000 < 0.05$. Sehingga dari hasil tersebut bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hipotesis yang telah diajukan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan (bersama-sama) *brand loyalty* dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen mamy poko pants di Desa Bulupasar.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat hidayahNya, juga kesehatan, ketabahan, kekuatan dan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Brand Loyalty* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mamy Poko Pants di Desa Bulupasar”. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu penelitian dan menyelesaikan skripsi ini. Jutaan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yakni :

1. Bapak Dr, Wahidul Anam, M.Ag, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. A. Halil Thahir, M. H. I., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Ibu Rini Risnawita Sumita, M. Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri.
4. Bapak Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberi masukan, arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ervin Abdillah, S.Psi, MA., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
7. Kedua orang tua beserta keluargaku yang selalu memberikan do’a, dan dukungan
8. Seluruh teman-teman Psikologi Islam angkatan 2018 IAIN Kediri, dan
9. Teman-teman terbaikku, yang selalu ada untuk siap membantu ketika dibutuhkan.

Kediri, 30 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
NOTA PEMBIMBING.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Hipotesis Penelitian	11
F. Telaah Pustaka	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
A. KEPUTUSAN PEMBELIAN	17
1. Pengertian Keputusan Pembelian	17
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
3. Proses Keputusan Pembelian	25
4. Konsep Islam mengenai Keputusan Pembelian.....	27
B. <i>Brand Loyalty</i>	29
1. Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	29
2. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	31
3. Aspek-aspek <i>Brand Loyalty</i>	33
4. Indikator <i>Brand Loyalty</i>	33
C. <i>Brand Image</i>	34
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	34
2. Komponen yang Membentuk <i>Brand Image</i>	35
3. Dimensi dari <i>Brand Image</i>	35
D. Dinamika Hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y	38
E. Kerangka Teoritis	41
BAB III METODE PENELITIAN	40
1. Rancangan Penelitian.....	40

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
b. Lokasi Penelitian.....	40
c. Definisi Operasional.....	15
d. Data dan Sumber data.....	41
2. Populasi dan Sampel.....	42
a. Populasi.....	42
b. Sampel.....	42
3. Metode Pengumpulan Data.....	43
4. Instrumen Penelitian.....	43
a. Skala Keputusan Pembelian.....	45
b. Skala <i>Brand Loyalty</i>	45
c. Skala <i>Brand Image</i>	46
5. Analisis Data.....	47
a. Uji Instrumen.....	47
1) Uji Validitas.....	48
2) Uji Reliabilitas.....	48
3) Uji Deskriptif.....	48
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
c. Uji Parameter Regresi Berganda.....	50
1) Uji Normalitas.....	50
2) Uji Kecocokan Model (<i>Model of Fit</i>).....	50
3) Uji Multikolinieritas.....	51
4) Uji Linieritas.....	51
5) Uji T.....	52
6) Koefisien Determinasi.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53
A. Gambaran Penelitian.....	53
1. Sejarah Mamy Poko Pants.....	53
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	55
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	56
4. Lokasi Perusahaan.....	56
5. Sejarah dan Profil Desa Bulupasar.....	56
6. Visi dan Misi Desa Bulupasar.....	58
7. Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa Bulupasar.....	60
B. Deskripsi Data.....	61
1. Uji Instrumen.....	61
a) Hasil Uji Validitas.....	61
b) Hasil Uji Reliabilitas.....	66
c) Hasil Uji Deskriptif.....	67
2. Uji Parameter Regresi Linier Berganda.....	74
a) Uji Normalitas.....	74
b) Uji Kecocokan Model (<i>Model of Fit</i>).....	74

c) Uji Multikolinieritas	74
d) Koefisien Regresi Berganda (Uji Linieritas)	76
e) Uji T	77
f) Koefisien Determinasi	77
BAB V PEMBAHASAN	78
a) Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mamy Poko Pants di Desa Bulupasar	79
b) Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mamy Poko Pants di Desa Bulupasar	80
c) Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mamy Poko Pants di Desa Bulupasar	82
BAB VI PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Sabun Cair di Indonesia	4
Tabel 1.2 Data Bayi Usia 0-36 Bulan di Desa Bulupasar	6
Tabel 1.3 Data Pengguna Diapers Usia 0-36 Bulan di Desa Bulupasar.....	7
Tabel 3.1 Blue Print Skala Keputusan Pembelian	45
Tabel 3.2 Blue Print Skala <i>Brand Loyalty</i>	46
Tabel 3.3 Blue Print Skala <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.1 Uji Validitas Skala Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.2 Blue Print Setelah Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian...	63
Tabel 4.3 Uji Validitas Skala <i>Brand Loyalty</i>	63
Tabel 4.4 Blue Print Setelah Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i>	64
Tabel 4.5 Uji Validitas Skala <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.6 Blue Print Setelah Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.8 Pedoman Kategorisasi Penilaian.....	67
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.10 Kategorisasi Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.11 Hasil Frekuensi Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif <i>Brand Loyalty</i>	70
Tabel 4.13 Kategorisasi <i>Brand Loyalty</i>	70
Tabel 4.14 Hasil Frekuensi <i>Brand Loyalty</i>	71
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	72
Tabel 4.16 Kategorisasi <i>Brand Image</i>	72
Tabel 4.17 Hasil Frekuensi <i>Brand Image</i>	73
Tabel 4.18 Uji Normalitas	74
Tabel 4.19 Uji Kecocokan Model (<i>Model of Fit</i>)	75
Tabel 4.20 Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.21 Koefisien Regresi	76
Tabel 4.22 Hasil Uji T	77
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Pernyataan Skala Keputusan Pembelian
- Lampiran 2. Daftar Pernyataan Skala *Brand Loyalty*
- Lampiran 3. Daftar Pernyataan Skala *Brand Image*
- Lampiran 4. Kuesioner Keputusan Pembelian
- Lampiran 5. Kuesioner *Brand Loyalty*
- Lampiran 6. Kuesioner *Brand Image*
- Lampiran 7. Tabulasi Data Keputusan Pembelian
- Lampiran 8. Tabulasi Data *Brand Loyalty*
- Lampiran 9. Tabulasi Data *Brand Image*
- Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 11. Hasil Uji Validitas *Brand Loyalty*
- Lampiran 12. Hasil Uji Validitas *Brand Image*
- Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 14. Distribusi Kategori Variabel (Y) Keputusan Pembelian
- Lampiran 15. Distribusi Kategori Variabel (X_1) *Brand Loyalty*
- Lampiran 16. Distribusi Kategori Variabel (X_2) *Brand Image*
- Lampiran 17. Uji Normalitas
- Lampiran 18. Uji Multikolinieritas
- Lampiran 19. Regresi Linier Berganda
- Lampiran 20. Daftar Konsultasi Bimbingan