

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN LOKASI (*PLACE*)  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK PESANTREN AL-AMIN  
KOTA KEDIRI**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**KHAIRUN NISAK**

9.313.195.14

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
TAHUN 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN LOKASI (*PLACE*)  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK PESANTREN AL-AMIN  
KOTA KEDIRI**

**KHAIRUN NISAK**

**NIM. 931319514**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

**Dr. Andriani, SE.MM**

NIP. 19730113 200312 2 001

**Mohammad Bakir, M.Fil.I**

NIP. 19730713 199703 1 003

## NOTA DINAS

Kediri, 08 Oktober 2018

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

Kepada  
Yth. Bapak Rektor  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo  
Kediri

### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

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

Nama : KHAIRUN NISAK  
NIM : 931319514  
Judul : PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)  
DAN LOKASI (*PLACE*) TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK PESANTREN  
AL-AMIN KOTA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir 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 terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Pembimbing I

Pembimbing II

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

**Mohammad Bakir, M.Fil.I**  
NIP. 19730713 199703 1 003

## NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 08 Oktober 2018  
Lamp. : 4 (Empat) Berkas  
Hal. : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Rektor  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di-  
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo  
Kediri

### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Nama : KHAIRUN NISAK  
NIM : 931319514  
Judul : PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*  
DAN LOKASI (*PLACE*) TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK  
PESANTREN AL-AMIN KOTA KEDIRI

Setelah di perbaiki 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 diujikan dalam sidang munaqosah,

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

### *Wassalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing I

Pembimbing II

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

**Mohammad Bakir, M.Fil.I**  
NIP. 19730713 199703 1 003

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN LOKASI (*PLACE*)  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PONDOK PESANTREN AL-AMIN  
KOTA KEDIRI**

**KHAIRUN NISAK  
NIM. 9313.195.14**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal 23 Oktober 2018

Tim Penguji,

1. Penguji utama  
**Achmad Munif, SE, MM**  
**NIP. 19690677 199803 1 002** (.....)
2. Penguji I  
**Dr. Andriani, SE.MM**  
**NIP. 19730113 200312 2 001** (.....)
3. Penguji II  
**Mohammad Bakir, M.Fil.I**  
**NIP. 19730713 199703 1 003** (.....)

Kediri, 23 Oktober 2018  
Plt. Dekan Fakultas Syariah

**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI.**  
**NIP. 19750101 199803 1 002**

## MOTTO

Rasulullah SAW bersabda:

خير الناس أنفعهم للناس

Artinya: “ *Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain*”.

Hadis diatas menunjukkan bahwa Rasulullah menganjurkan umat Islam selalu berbuat baik terhadap orang lain dan makhluk lain. Hal ini menjadi indikator bagaimana menjadi mukmin yang sebenarnya. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya pada orang lain. Adakah dia berguna bagi orang lain, atau malah sebaliknya menjadi parasit buat orang lainnya.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

- ❖ Tidak ada rasa yang paling besar yang dihaturkan kehadirat Allah SWT, Sholawat serta salam terhaturkan kepada junjungan kita habibina Nabi Muhammad SAW. Dan rangkaian ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berjasa membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Teruntuk abah yai ku KH. Anwar Iskandar dan Ibu Yayan Handayani yang telah membimbingku selama berada di Jawa. Serta ucapan terimakasih untuk Agus Farid Muttaqin Iskandar dan Ning Devie Sarah yang selalu memberi dukungan dan motivasi.
- ❖ Dengan bangga kupersembahkan untuk orang tuaku Alm. Bapak Muzaeni dan Ibu Muzakiroh yang selalu memberiku semangat dan support yang besar baik dalam segi motivasi, dukungan dan materi. Terimakasih telah mengorbankan segalanya untuk anakmu ini.
- ❖ Teruntuk keluarga besarku kakak Asna Laila, Adik Fahrurrozi, Adik Hafis Al-Munawar, Mbah Kasbi, Mbah Kami, Bude, pakde, om dan tante serta seluruh keluarga yang tak bisa disebutkan satu-satu.
- ❖ Teruntuk Suamiku Iwan Wahyu Setiawan yang telah memberikan dukungan yang luar biasa sehingga skripsi ini terselesaikan beserta ibu mertua ku dan keluarga semuanya.
- ❖ Teruntuk sahabat sekaligus partner kerjaku ibu Dewi Masitoh, Fauziatul Ummah dan Syifa Fauziah kalian luar biasa. Dan sahabat embeledes yang selalu berjuang bersama-sama dari awal kuliah

sampai akhir skripsi yakni Dea, Ucus dan Nuril. Untuk sahabat OCECA (bunda, nisak, ela, fatiya, vela, mba sofa, mba vina, didip,dan sakorin), untuk partner mengabdiku (Sakinah, Varikh, Azizah dan Nisa) dan seluruh sahabat-sahabat yang tak bisa disebutkan satu-satu.



## ABSTRAK

KHAIRUN NISAK, Dosen Pembimbing: Dr. Andriani, SE, MM dan Mohammad Bakir, M.Fil.I. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Lokasi (*Place*) Terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri, Ekonomi Syariah, Syariah, IAIN Kediri, 2018.

Kata Kunci: Citra merek, lokasi dan keputusan memilih.

Salah satu bentuk produk jasa yang berkembang pesat adalah pondok pesantren. Pondok pesantren hadir dalam berbagai situasi dan kondisi yang tidak akan pernah mati meskipun dalam keadaan yang sederhana dengan karakteristik yang beragam. Guna memperdalam pendidikan agama terdapat berbagai alasan yang memicu (mendasari) santri dalam memilih pondok pesantren. Salah satu alasannya yaitu terbentuknya citra merek pondok pesantren yang baik di masyarakat. Alasan lain yang paling mendukung adalah lokasi yang mudah untuk dituju. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh antara citra merek dan lokasi terhadap keputusan santri dalam memilih pondok pesantren. Pondok pesantren yang menjadi lokasi peneliti adalah Pondok Pesantren al-Amin yang terletak di Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel pada penelitian ini adalah santri putra dan putri pondok pesantren al-Amin berjumlah 213 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan memilih pondok pesantren al-Amin Kota Kediri diperoleh  $p\text{-value}$   $0,000 > 0,05$ . Dan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $14,199 > 1,971$  yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. (2) Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan memilih pondok pesantren al-Amin Kota Kediri diperoleh  $p\text{-value}$  sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan. Nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $8,365 > 1,971$  yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. (3) Terdapat pengaruh antara citra merek dan lokasi terhadap keputusan memilih pondok pesantren al-Amin Kota Kediri dengan nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 217,754 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,04. Dan nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,675 atau 67,5% ini berarti kemampuan variabel bebas (citra merek dan lokasi) menjelaskan variabel terkait (keputusan memilih) sebesar 67,5%, sedangkan sisanya 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Variabel lain seperti harga dan promosi.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Lokasi (*Place*) terhadap keputusan memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada junjungan besar Rosulullah Muhammad SAW, yang telah mengantarkan kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni agama Islam dan syafaatnya yang selalu kita harapkan dihari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis sampaikan terimakasih yang tulus kepada semua pihak antara lain :

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM., selaku rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI. selaku Dekan Jurusan Syariah
3. Ibu Dr. Andriani, SE.MM dan Bapak Mohammad Bakir, M.Fil.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan yang baik hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Jurusan Syariah IAIN Kediri.
5. Teman-teman Jurusan Syariah IAIN Kediri yang telah membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman KKN Dsn. Puhkerep Kec. Rejosso Kab. Nganjuk dan semua teman-teman PPS Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

Walaupun penulis telah berupaya dengan segala kemampuan yang ada. Namun, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kediri, 08 Oktober 2018

Penulis,

**KHAIRUN NISAK**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b><u>BAB I PENDAHULUAN</u>.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Asumsi Penelitian .....	12

G. Telaah Pustaka .....	13
<b><u>BAB II LANDASAN TEORI</u></b> .....	<b>16</b>
<b>A. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)</b> .....	<b>16</b>
1. Definisi Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	16
2. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dalam Pandangan Islam.....	17
3. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	20
4. Komponen Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	22
<b>B. Lokasi (<i>Place</i>)</b> .....	<b>22</b>
1. Pengertian Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	22
2. Penentuan Lokasi ( <i>Place</i> ).....	23
3. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi ( <i>Place</i> ).....	24
<b>C. Keputusan Pembelian</b> .....	<b>25</b>
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	25
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	28
4. Keputusan Pembelian dalam Islam .....	30
<b><u>BAB III METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b>32</b>
<b>A. Rancangan Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>B. Lokasi Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>C. Operasional Variabel Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>D. Populasi dan Sampel</b> .....	<b>37</b>
<b>E. Pengumpulan Data</b> .....	<b>37</b>
<b>F. Data dan Sumber Data</b> .....	<b>38</b>

G. Instrumen Penelitian.....	39
H. Analisis Data .....	40
<b><u>BAB IV HASIL PENELITIAN</u></b> .....	<b>52</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>52</b>
1. Sejarah Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri .....	52
2. Visi dan Misi serta Tujuan Pondok Pesantren al-Amin .....	54
<b>B. Deskripsi Data</b> .....	<b>57</b>
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1).....	57
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lokasi (X2) .....	59
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	61
<b>C. Analisis Data</b> .....	<b>63</b>
<b>D. Uji Asumsi Klasik</b> .....	<b>67</b>
1. Uji Normalitas .....	67
2. Uji Multikolonieritas .....	68
3. Uji Heteroskedastisitas .....	70
4. Uji Autokorelasi .....	71
5. Uji Korelasi .....	73
<b><u>E. Hipotesis Pengujian</u></b> .....	<b>74</b>
1. Regresi Linier Berganda.....	74
2. Uji T .....	75
3. Uji F.....	77
4. Koefisien Determinasi .....	80
<b><u>BAB V PEMBAHASAN</u></b> .....	<b>81</b>

A. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) pada Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri	81
B. Lokasi ( <i>Place</i> ) pada Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri .....	82
C. Keputusan Memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri.....	84
D. Pengaruh Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri .....	86
E. Pengaruh Lokasi ( <i>Place</i> ) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri.....	86
F. Pengaruh Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dan Lokasi ( <i>Place</i> ) terhadap Keputusan Memilih Pondok Pesantren al-Amin Kota Kediri .....	87
<b><u>BAB VI PENUTUP</u></b> .....	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b>	Jumlah Santri Pondok Pesantren al-Amin
<b>Tabel 1.2</b>	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
<b>Tabel 2.1</b>	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian
<b>Tabel 3.1</b>	Operasioanl Variabel X1
<b>Tabel 3.2</b>	Operasioanl Variabel X2
<b>Tabel 3.3</b>	Operasioanl Variabel Y
<b>Tabel 4.1</b>	Hasil Uji Validitas Citra Merek
<b>Tabel 4.2</b>	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek
<b>Tabel 4.3</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi
<b>Tabel 4.4</b>	Hasil Uji Reliabilitas Lokasi
<b>Tabel 4.5</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian
<b>Tabel 4.6</b>	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian
<b>Tabel 4.7</b>	Deskriptif Data Variabel Citra Merek (X1), Lokasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)
<b>Tabel 4.8</b>	Kategori untuk Variabel X1 (Citra Merek)
<b>Tabel 4.9</b>	Kategori untuk Variabel X2 (Lokasi)
<b>Tabel 4.10</b>	Kategori untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian)
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek, Lokasi dan Keputusan Pembelian
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji Multikolonieritas
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Uji Autokorelasi
<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Uji Korelasi
<b>Tabel 4.16</b>	Interpretasi nilai r Product Moment
<b>Tabel 4.17</b>	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
<b>Tabel 4.18</b>	Signifikansi Parameter Individual t



**Tabel 4.19** Uji Signifikansi F (Uji statistik F)

**Tabel 4.20** Koefisien Determinasi

## DAFTAR GAMBAR

**Tabel 4.13** Uji Heteroskedastisitas

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuisisioner 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