

**“PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK PADA TOKO
RABBANI SEMARANG”**

**Skripsi
Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Disusun Oleh:

**CHUSTINA TSALATSANTYAS
092411040**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2013**

H. Muhammad Saifullah, M. Ag

Jl. Taman Karonsih IV/1181 Ngaliyan Semarang 50181

Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M. Si

Jl. Perintis Kemerdekaan No.181 Pudangpayung Banyumanik Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Chustina Tsalatsantyas

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

IAIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Chustina Tsalatsantyas

NIM : 092411040

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk pada Toko Rabbani Semarang.

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 26 Juni 2013

Pembimbing I,

Pembimbing II,



H. Muhammad Saifullah, M. Ag.

NIP. 19700321 199603 1 003



Ari Kristin P, SE., M. Si

NIP. 19790512 200501 2 004



PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Chustina Tsalatsantyas
NIM : 092411040
Judul : Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan
Konsumen Membeli Produk Pada Toko Rabbani Semarang
telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Falkutas Syari'ah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat
cumlaude / baik / cukup, pada tanggal : 24 Juli 2013
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun
akademik 2013/2014.

Semarang, 24 Juli 2013

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Drs. H. Maksun, M.Ag
NIP. 19680515 199303 1 002
Penguji I

Ari Kristin P, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 004
Penguji II

Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M
NIP. 19570913 198203 1 002
Pembimbing I



H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag
NIP. 19670119 199803 1 002
Pembimbing II

H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 19700321 199603 1 003

Ari Kristin P, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 2 004

ABSTRAK

Merek (*brand*) dewasa ini berkembang menjadi sumber asset terbesar dan paling bernilai bagi perusahaan. Karena merek yang dikenal banyak orang dapat menjadikan konsumen melirik produk tersebut. Sebuah merek akan menimbulkan citra di mata konsumen, jadi perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat yaitu salah satunya Toko Rabbani selalu berusaha memberikan penampilan, pelayanan, persuasi, dan pemuasan yang terbaik kepada konsumen agar menciptakan citra merek yang positif di mata konsumen sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Karena pada Toko Rabbani dalam empat tahun terakhir ini mengalami naik turunnya jumlah konsumen dengan citra merek yang cukup dikenal masyarakat Indonesia, khususnya di Semarang, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek (*brand image*) terhadap keputusan konsumen membeli produk pada Toko Rabbani Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) yang indikatornya antara lain adalah nilai, manfaat, dan kepribadian terhadap keputusan konsumen membeli produk pada Toko Rabbani Semarang secara parsial.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner), wawancara, observasi dan metode dokumentasi. Subyek penelitian menggunakan sampel sebanyak 96 responden, teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey lapangan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang dibagikan peneliti kepada Konsumen Toko Rabbani Semarang yang kebetulan peneliti temui pada saat riset. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t), sedangkan pengolahan datanya menggunakan SPSS 16.0 *for Windows*.

Dari hasil penelitian disimpulkan variabel citra merek (*brand image*) (x) berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli produk (y) dengan pengolahan data model regresi linier sederhana $Y = 14,997 + 0,370 X$. Terlihat uji t hitung (3,868) > t tabel (1,986) dan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa variabel independen menjelaskan variabel dependen sebesar 13,7%, sedang yang 86,3 % dijelaskan oleh variabel lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis.

Kata kunci: Citra merek, keputusan konsumen.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 26 Juni 2013

Deklarator,

CHUSTINA TSALATSANTYAS

NIM: 092411040

MOTTO



“Orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan berzikir (mengingat) Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram” (QS ar-Ra’d : 28).¹

¹Departemen Agama RI, *Al Qur’an dan Terjemahannya*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2008, hlm. 492

PERSEMBAHAN

Suatu perjuangan keras untuk menggapai cita-cita, skripsi merupakan langkah terakhir dalam tahap kuliah dalam memenuhi persyaratan untuk menggapai title S1, semua proses perjuangan dalam langkahku takkan berarti tanpa kehadiran mereka. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan kupersembahkan karya ini kepada orang yang membuat hidup ini menjadi berarti:

1. Almarhum Papah walaupun kau sudah tak di dunia tapi di hatiku kau selalu ada dan selalu membuatku termotivasi untuk lebih maju dan kuat dalam menghadapi setiap rintangan. Mamah tercinta yang selalu memberi semangat serta do'a. Karena tanpa do'a mustahil skripsi ini dapat segera terselesaikan. Jerih payah, ketulusan kasih sayang, serta ridla Mamah telah mengantarkanku menjadi orang yang berilmu, berbudi dan bertanggung jawab.
2. Kakak-kakak tercinta Aprilia Isnaini Yunita dan Nova Sabtina Gustamy yang aku sayangi serta adik-adikku Rimadian Agri Jamilatufah dan Kanthi Fitriana Akhadiani, terima kasih banyak atas kasih sayang, do'a, semangat serta dukungan penuh arti kepadaku.
3. Om Endi sekeluarga yang begitu aku hormati, telah memberikanku banyak kemudahan dan keringanan beban selama masa perkuliahanku.
4. Bapak Saifullah selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ari Kristin selaku dosen pembimbing II yang telah tulus membimbingku dalam proses pembuatan skripsi.
5. Bapak ibu dosen lainnya khususnya dosen Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam dari semester awal hingga akhir yang telah memberikanku banyak ilmu yang bermanfaat.

6. Tak lupa sahabat-sahabatku selalu senantiasa menemaniku Anis Dewi, Anis Fatma, Sasa, Anis Maghfiroh, teman-temanku yang sangat luar biasa Baedhowi, Akhlis, Tama, Aziz, Agus, Pakde, Serif, Wahyudi, Wavi Hanip, Tya, Ali, Anisa'ul, Ananik, Anakur, Eny, Farida, dan semua teman kelas EIA 2009 lainnya yang telah mewarnai perjalanan masa kuliahku sampai proses pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman posko 53 (Pak Udin, Iim, Chusni, Ucup, Jakfar, Zami, Okta, Wilda, Febri, Olis, Mey Ulva) yang sudah aku anggap seperti keluargaku sendiri, aku merasa terharu bisa kenal kalian, terima kasih kepada kalian yang telah memberikanku motivasi untuk lebih semangat dalam menggapai cita-cita.
8. Untuk teman SMAku Rina terimakasih sudah banyak membantuku dalam pembuatan skripsiku.
9. Sahabat-sahabatku tercinta Trier, mbak Lusi dan mbak Anjar.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu, baik moral maupun materi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Dan tak lupa untuk almamater tercinta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan semesta alam, atas segala limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir akademik dengan baik.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada beliau junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadikan dirinya suri tauladan serta contoh yang mulia beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang senantiasa menjaga kesucian jiwanya hingga akhir hayat.

Dengan penuh rasa syukur penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan motivasi dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dekan Dr. Imam Yahya beserta Wakil Dekan I Bapak H. Abdul Ghofur, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak H. Muhammad Saifullah, M.Ag dan Wakil Dekan III Bapak Ahmad Arief Budiman, M.Ag
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M. Ag sebagai Ketua dan Bapak Nur Fatoni, M. Ag sebagai Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam serta segenap dosen yang telah membimbing penulis selama ini.
4. Bapak H.Muhammad Saifullah, M.Ag dan Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M. Si. selaku pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta (Almarhum Papah, Mamah, Kakak-kakak dan Adik-adik) yang senantiasa mendoakanku setiap saat.
6. Semua saudara, sahabat dan teman seperjuangan, terima kasih atas dukungandan motivasi kalian.

7. Kepada pihak-pihak obyek penelitian yaitu Toko Rabbani Semarang yang telah memberikan saya kesempatan dan ijin untuk melakukan penelitian di sana.

Demikian ucapan terimakasih ini penulis sampaikan penulis hanya bisa berdo'a semoga bantuan dan bimbingan dari semua pihak menjadi amal ibadah yang diterima di sisi Allah SWT, dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Surabaya skripsi ini masih banyak jauh dari sempurna. Skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang berharga dan bermanfaat pada diri penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta memberikan manfaat bagi khazanah keilmuan di IAIN Walisongo Semarang khususnya dalam Ilmu Ekonomi Islam, dan bagi kita semua yang membacanya. *Amiin ya Robbal Alamin.*

Semarang, 26 Juni 2013

Penulis,

Chustina Tsalatsantyas
NIM. 092411040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN DEKLARASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN TABEL	xv
HALAMAN GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	9
2.1.1.1 Pengertian Citra (<i>Image</i>)	9
2.1.1.2 Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	9
2.1.1.3 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
2.1.1.4 Citra Merek Dalam Kajian Syariah	15

2.1.2 Keputusan Membeli	18
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Membeli	18
2.1.2.2 Karakteristik Konsumen	19
2.1.2.3 Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian.....	21
2.1.2.4 Proses Keputusan Pembelian	22
2.1.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen	24
2.1.2.6 Kajian Syariah Tentang Keputusan Pembelian Konsumen	27
2.1.2.7 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Membeli	29
2.2 Peneliti Terdahulu	31
2.3 Kerangka Teoritik	33
2.4 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Variabel Penelitian Dan Pengukuran.....	39
3.5 Analisis Data	40
3.5.1 Uji Instrumen	40
3.5.1.1 Validitas.....	40
3.5.1.2 Realibilitas	41
3.5.1.3 Normalitas	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.5.2.1 Uji Heteroskedasitisitas	42
3.5.3 Analisis Deskriptif	43
3.5.4 Uji Hipotesis	43
3.5.4.1 Analisis Regresi	43

3.5.4.2 Uji T (Uji Parsial)	45
3.5.4.3 Koefisien Determinasi	46
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data	47
4.1.1 Sejarah Umum CV. Rabbani Asysa	47
4.1.2 Profil Rabbani Pandanaran Semarang	52
4.1.3 Struktur Management Rabbani Pandanaran	53
4.1.5 Produk Rabbani Asyssa Semarang	54
4.2 Deskriptif Data Penelitian Dan Responden.....	55
4.2.1 Deskriptif Data Penelitian	55
4.2.2 Deskriptif Responden	56
4.2.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2.2 Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.2.3 Berdasarkan Umur	58
4.2.2.4 Berdasarkan Penghasilan	59
4.2.2.5 Berdasarkan Pendidikan	60
4.3 Analisis Data	61
4.3.1 Uji Instrumen	61
4.3.1.1 Validitas	61
4.3.1.2 Realibilitas	63
4.3.1.3 Normalitas	64
4.4 Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1 Uji Heteroskedatisitas	65
4.5 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	66
4.5.1 Deskriptif Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Toko Rabbani Semarang	68
4.5.2 Deskriptif Variabel Keputusan Konsumen Membeli Produk Toko Rabbani Semarang	69
4.6 Uji Hipotesis	83
4.6.1 Analisis Regresi	83

	4.6.2 Uji Hipotesis Menggunakan Uji t atau Uji Parsial	84
	4.6.3 Koefisien Determinasi	86
	4.7 Pembahasan	87
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	90
	5.2 Saran	90
	5.3 Penutup	91
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Jumlah Pembeli di Rabbani Semarang tahun 2009-2012.....	6
Tabel 3.1 :	Variabel, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian	39
Tabel 4.1 :	Daftar Produk yang Tersedia di Rabbani Asysa Semarang	54
Tabel 4.2 :	Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.3 :	Pekerjaan Reponden	57
Tabel 4.4 :	Umur Responden	58
Tabel 4.5 :	Penghasilan Responden	59
Tabel 4.6 :	Tingkat Pendidikan Responden.....	60
Tabel 4.7 :	Hasil Uji Validitas Instrumen	62
Tabel 4.8 :	Hasil Uji Realibilitas Instrumen	63
Tabel 4.9 :	Tanggapan Responden Tentang Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Toko Rabbani Semarang	68
Tabel 4.10 :	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Membeli Produk di Toko Rabbani Semarang	69
Tabel 4.11 :	Hasil Analisis Regresi Sederhana	84
Tabel 4.12 :	Hasil Uji Hipotesis (Uji <i>-t</i>)	85
Tabel 4.13 :	Hasil Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Teoritik	33
Gambar 4.1 : Struktur Management Rabbani Pandanaran Semarang	53
Gambar 4.2 : Uji Normalitas	64
Gambar 4.3 : Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas	66