

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB ZOYA
DI BUTIK ZOYA PAMULARSIH SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun dan Diajukan untuk Memenuhi Tugas
dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh :

HANNAH NUR FATIHAH

NIM : 102411058

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag

NIP. 19690830 199403 2 003

Jl. Tugu Lapangan No. H/40 RT 8/1 Tambakaji, Ngaliyan Semarang

Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Jl. Tanjungsari RT 07/RW05 Tambak Aji Ngaliyan Semarang.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Hannah Nur Fatihah

Kpd. Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN WALISONGO

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Hannah Nur Fatihah

NIM : 102411058

Judul Skripsi : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Zoya Di Butik Zoya Pamularsih Semarang”**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimuaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 November 2016

Pembimbing I

Pembimbing II



Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
NIP. 19690830 199403 2 003



Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005



DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. Hamka (Kampus III) Telp/Fax. (024) 7601291 Ngaliyan Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Hannah Nur Fatimah
NIM : 102411058
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Hijab Zoya Di Butik Zoya Pamularsih Semarang.

Telah Dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal:

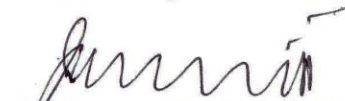
13 Desember 2016

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.


Semarang, 13 Desember 2016

Mengetahui,

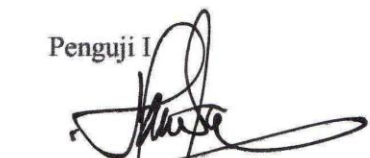
Ketua Sidang


Mohammad Nadzir, M.Si.
NIP. 19730923 200312 1 1002

Sekretaris Sidang


Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji I

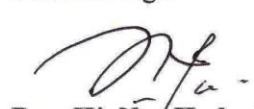

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.
NIP. 19570913 198203 1 002



Penguji II


H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199603 1 001

Pembimbing I


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing II


Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang 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, 11 Agustus 2016

Deklarator,



Hannah Nur Fatimah
NIM. 102411058

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ

ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu

mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha

Penyayang. (Q.S.Al-Ahzab:59).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, berkat do'a dan segenap asa nan suci teruntuk mereka yang arif, maka skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan syukur kepada Allah dan tali kasih pada hambanya, kepada:

Orang tuaku, Ayah tercinta Ah. Hadi, yang selalu menjadi inspirasi kebijaksanaan dalam bertutur dan laku penulis. Ibunda tercinta Siti Nasriyah yang tak pernah lelah memberikan motivasi wejangan, doa'a, cinta, kasih sayang laksana surya dan bak lautan kesabaran yang tak pernah kering dalam mendidik serta senantiasa mengharapkan kesuksesan untuk putra-putrinya.

Untuk adik saya tersayang Hikmatin Hamidah dan keluarga besar saya, terimakasih atas do'anya dan semangatnya untuk menyelesaikan skripsi ini,

Keluarga Besar EIB '10 (Sangid Community) yang selalu kompak dan saling memberi semangat, semoga kalian semua sukses di kehidupan masa depan nanti. Amiin Ya Allah.

Serta teman-teman di sekitar penulis yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya, terima kasih telah memberikan motivasi dan semangat pantang menyerah.

“THANKS FOR EVERYTHINK”

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Zoya (Studi Kasus Pada Butik Zoya Pamularsih Semarang)”. Penelitian ini dilakukan pada Zoya yaitu perusahaan yang menjual hijab. Fenomena yang menjadi dasar penelitian ini adalah adanya penurunan penjualan hijab merek Zoya di Butik Zoya Pamularsih Semarang. Penurunan penjualan ini menunjukkan karena adanya pesaing yang berkembang di dunia bisnis dalam bidang *fashion* muslim. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1), dan ekuitas merek (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Zoya. Namun sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengambilan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Adapun variabel yang teliti meliputi kualitas produk dan ekuitas merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Analisis data menggunakan regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung masing-masing variabel bebas adalah 2,885 untuk kualitas produk dan 7,397 untuk ekuitas merek. Sedangkan t tabel adalah 2,324 yang lebih kecil dibanding t hitung. Artinya, secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X_1) dan ekuitas merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan dari hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,745. Artinya, bahwa variasi perubahan variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas produk (X_1) dan ekuitas merek (X_2) sebesar 74,5%. Sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian Produk Hijab Zoya

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, ketenangan, dan kesehatan serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Prooduk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Zoya (Studi Kasus Pada Butik Zoya Pamularsih Semarang)”*** tanpa suatu halangan apapun. Sholawat serta salam penulis limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi suri tauladan kita.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang beserta Pembantu Dekan I, II dan III.
3. Ketua jurusan Bapak H. Ahmad Furqon, LC., MA. dan Sekretaris Jurusan Bapak Mohammad Nadzir, M.Si.
4. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. dan Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si. selaku pembimbing I dan pembimbing II.
5. Semua dosen yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar di UIN Walisongo Semarang.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Seluruh staf dan karyawan perpustakaan Universitas dan Fakultas.
8. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang, dan doa tiada henti hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh temanku EIB '10 dan seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebut dan tulis satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan peran sertanya yang telah diberikan kepada penulis.

Dengan segala kerendahan hati dan juga puji syukur kepada Allah yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, semoga amal Bapak dan Ibu beserta para staf-stafnya dan juga semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu diterima semua amal shalehnya di sisi Allah SWT, Amin.

Akhirnya, skripsi ini dapat selesai, meskipun sangat sederhana dan masih banyak kekurangan mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi semua orang dan khususnya bagi penulis sendiri.

Semarang, 11 Agustus 2016

Deklarator,

Hannah Nur Fatimah

NIM. 102411058

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN DEKLARASI..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN ABSTRAK | vii |
| HALAMAN KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1.Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2.Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1.Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1. Pengertian Merek | 11 |
| 2.1.2. Pengertian Kualitas Produk..... | 12 |

| | |
|--|----|
| 2.1.3. Pengertian Ekuitas Merek | 12 |
| 2.1.4. Membangun <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek) | 13 |
| 2.1.5. <i>Brand Equity</i> dalam Kajian syariah | 14 |
| 2.1.6. Elemen-elemen Ekuitas Merek | 15 |
| 2.1.6.1 Kesadaran Merek | 15 |
| 2.1.6.2 Kesetiaan Merek..... | 16 |
| 2.1.6.3 Asosiasi Merek..... | 18 |
| 2.1.6.4 Persepsi Kualitas | 19 |
| 2.1.6.5 Core Value | 22 |
| 2.1.7. Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .. | 23 |
| 2.1.7.2 Karakteristik Konsumen..... | 25 |
| 2.1.7.3 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.2.Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2.3.Hipotesis Penelitian..... | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1.Jenis dan Sumber Data | 33 |
| 3.2.Populasi dan Sampel Penelitian | 33 |
| 3.3.Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.3.1 Kuisisioner | 35 |
| 3.3.2 Wawancara | 36 |
| 3.3.3 Dokumentasi | 36 |
| 3.4.Variabel Penelitian dan Pengukuran | 37 |

| | |
|---|----|
| 3.4.1 Variabel Bebas atau X (Variabel Independen)..... | 37 |
| 3.4.2 Variabel Terikat atau Y (Variabel Dependen) | 37 |
| 3.5.Teknik Analisis Data..... | 38 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 39 |
| 3.5.2 Uji Realibilitas | 40 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik..... | 41 |
| 3.5.3.1 Uji Normalitas..... | 41 |
| 3.5.3.2 Uji Multikolinieritas..... | 42 |
| 3.5.3.3 Uji Heteroskidastisitas | 42 |
| 3.6.Analisis Regresi Berganda | 43 |
| 3.6.1 Uji Parsial (Uji t)..... | 44 |
| 3.6.2 Uji Simultan (Uji F) | 44 |
| 3.6.3 Uji Koefisian Determinasi (R)..... | 45 |

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian | 47 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Objek Penelitian..... | 47 |
| 4.1.2. Visi dan Misi Zoya..... | 48 |
| 4.2.Deskripsi Variabel Penelitian..... | 48 |
| 4.2.1 Penjelasan Responden Variabel Kualitas Produk | 49 |
| 4.2.2 Penjelasan Resonden Variabel Ekuitas Merek..... | 50 |
| 4.2.3 Penjelasan Responden Variabel Keputusan Pembelian | 53 |
| 4.3.Uji Validitas daan Reliabilitas | 54 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 54 |

| | |
|---|----|
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 56 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 4.4.1 Uji Multikolinieritas..... | 56 |
| 4.4.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 57 |
| 4.4.3 Uji Normalitas | 58 |
| 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 60 |
| 4.6 Uji Hipotesis | 62 |
| 4.6.1 Uji Parsial (t) | 62 |
| 4.6.2 Uji Simultan (F)..... | 63 |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R)..... | 64 |
| 4.7 Pembahasan..... | 65 |

BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP

| | |
|----------------------------------|----|
| 5.1.Kesimpulan | 68 |
| 5.2.Keterbatasan Penelitian..... | 69 |
| 5.3.Saran | 70 |
| 5.4.Penutup..... | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.1 | Data Kualitas Produk Zoya | 4 |
| Tabel 1.2 | Data Survey Ekuitas Merek Produk Hijab di Semarang | 4 |
| Tabel 1.3 | Jumlah Pengunjung Yang Bertransaksi Hijab Di Zoya Pamularsih Tahun 2014 | 5 |
| Tabel 3.1 | Variabel Operasional Penelitian..... | 38 |
| Tabel 4.2 | Hasil Uji Validitas Instrumen..... | 55 |
| Tabel 4.3 | Hasil Reliabelitas..... | 56 |
| Tabel 4.4 | Hasil Uji Multikolinieritas | 57 |
| Tabel 4.5 | Hasil Analisis Regresi Berganda..... | 60 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Parsial (Uji t)..... | 62 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Simultan (Uji F)..... | 64 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas | 57 |
| Gambar 4.2 Grafik Histogram..... | 59 |
| Gambar 4.3 Normal Probability Plot | 59 |