

**PENGARUH *CITRA MEREK*, *KUALITAS PRODUK*
DAN *KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN*
*PEMBELIAN FASHION MUSLIM***

(Studi Pada Pembeli di Rabbani Rawamangun)

SKRIPSI

PUSPITASARI

2117000052



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH *CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
FASHION MUSLIM***

(Studi Pada Pembeli di Rabbani Rawamangun)

SKRIPSI

PUSPITASARI

21170000052



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

***PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
FASHION MUSLIM***
(Studi Pada Pembeli di Rabbani Rawamangun)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Agustus 2021



PUSPITASARI

NPK 21170000052

PERSETUJUAN PEMBIIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION MUSLIM

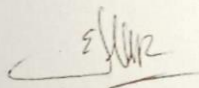
(Studi Pada Pembeli di Rabbani Rawamangun)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dr. Engkur, S.IP., M.E. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen , serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

Jakarta, ^{20 September}.....2021

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Engkur, S.IP., M.E.

Mengetahui,

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA, M.Sc *H. Ramaditya*

HALAMAN PENGESAHAN


Karya ilmiah dengan judul :

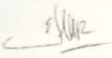
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION MUSLIM

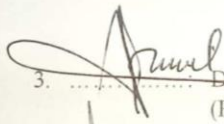
(Studi Pada Pembeli di Rabbani Rawamanggun)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 2021 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  : Dr. Engkur, S.IP., M.E.
(Pembimbing)

3.  : Drs. Sumitro, M.Sc
(Penguji I)

4.  : Irfan Arief Husein, S.Sos., MM
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, pesyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Bapak Irfan Arif Husen, S.Sos., MM selaku dosen penguji yang telah waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbingannya selama melaksanakan studi.
6. Bapak Alm H. Sudiyanto S.H dan Ibu Nurhaya Iriani selaku orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, dan sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga bapak bangga melihat anaknya kini bergelar seperti bapak.
7. Seluruh kakak laki-laki dan one and only sister Dian Komalasari selaku kakak peneliti yang telah memberikan omelan ocehan serta support untuk peneliti.
8. Seluruh orang-orang baik yang tidak bisa dituliskan namanya satu persatu semoga kebaikan kalian dalam membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner saya dibalas kebaikannya oleh Allah swt. Terima kasih sudah membantu dan berkontribusi dalam pengumpulan data untuk peneliti

9. Teman-teman Kelas Manajemen A Pagi yang sedikit membantu tapi kebanyakan gibahnya wkwk dan terima untuk berjuang menyelesaikan studi di STEI.
10. Nurul Apidah terima kasih selalu dengan senang hati mendengarkan cerita saya dalam menyusun skripsi ini
11. Nenden Aprliani, Dwi Ayu Novriyanti, Hafshah Khairunnisa, Fani Rahmasari, yang telah memberikan dukungan moral untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for no having days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times. And I wanna thank me for never give up for my life. Love me

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 3 Juni 2021



PUSPITASARI
NPM 2117000052

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puspitasari
NPM : 21170000052
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Padatanggal :2021

Yang menyatakan,



Puspitasari

Puspitasari

Dosen Pembimbing ;

21170000052

Dr. Engkur, S.IP., M.E.

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION
MUSLIM**

(Studi Kasus Konsumen Rabbani Rawamangun)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian fashion muslim di Rabbani Rawamangun.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di Rabbani Rawamangun. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 70 orang, dengan metode *Accidental Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi logistik. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*), Menguji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit Test*), Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*) dan Matriks Klasifikasi dengan menggunakan program SPSS v.21.0 for Windows.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa citra merek, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan secara parsial citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci : Citra Merek ,Kualitas Produk, Kepercayaan dan Keputusan
Pembelian***

Puspitasari 21170000052 Program Studi S-1 Manajemen	Supervisor ; Dr. Engkur, S.IP., M.E.
<i>THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND TRUST ON MUSLIM FASHION PURCHASE DECISIONS (Case Study of Konsumen Rabbani Rawamangun)</i>	
<i>ABSTRACT</i> <p data-bbox="261 725 1337 833"> <i>The purpose of this study was to determine the effect of brand image, product quality and trust on purchasing decisions of Muslim fashion in Rabbani Rawamangun.</i> </p> <p data-bbox="261 860 1337 1111"> <i>The population in this study are consumers in Rabbani Rawamangun. Collecting data using a questionnaire as many as 70 people, with the Accidental Sampling method. The data analysis used is descriptive analysis and logistic regression analysis. Data testing techniques used in this study include Assessing the Overall Model (Overall Model Fit), Testing the Feasibility of the Regression Model (Goodness of Fit Test), Coefficient of Determination (Nagelkerke R Square) and Classification Matrix using the SPSS v.21.0 program for Windows.</i> </p> <p data-bbox="261 1137 1337 1281"> <i>Based on the results of the study that brand image, product quality and trust simultaneously affect purchasing decisions, while partially brand image has no effect on purchasing decisions, product quality and trust have a positive and significant influence on purchasing decisions.</i> </p>	
<i>Keywords : Brand Image ,Produk Quality, Trust and Purchasing Decisions</i>	

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</u>	2
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined. <u>ii</u>
HALAMAN PENGESAHAN	iError! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	6
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN	8
ABSTRAK.....	9
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii10
DAFTAR GAMBAR	x10 <u>v</u>
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pemasaran.....	8
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.4 Citra Merek.....	11
2.2.5 Kualitas Produk	12
2.2.6 Pengertian Kepercayaan.....	14
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengaruh Antar Variable Penelitian	16
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.....	16
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	17
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	17
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	18

2.5	Kerangka Konseptual Penelitian	18
BAB III METODA PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Strategi Penelitian.....	20
3.2	Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1	Populasi Penelitian.....	20
3.2.2	Sampel Penelitian	21
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data	21
3.4	Operasional Variabel	22
3.5	Metoda Analisis Data	24
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	24
3.5.2	Analisis Statistik Data	24
3.5.3	Model Pengujian Hipotesis	26
3.5.4	Uji Hipotesis	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	2Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	30
4.2.1	Karakteristik Responden	30
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden	33
4.3	Hasil Analisis Data.....	36
4.3.1	Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit).....	36
4.3.2	Menguji Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)	38
4.3.3	Koefisien Determinasi (Nagelkerke's R Square)3Error! Bookmark not defined.	
4.3.4	Matriks Klasifikasi.....	3Error! Bookmark not defined.
4.4	Model Pengujian Hipotesis	40
4.5	Pengujian Hipotesis	41
4.5.1	Uji Wald (Uji Parsial t)	41
4.5.2	Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan F)	43
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	46

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Top Brand Kerudung dan Busana Muslim Bermerek di Indonesia Error!	
Bookmark not defined.	
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	Error! Bookmark not defined.

<u>Tabel 3.2 Variabel Dikotomik/Biner</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3.3 Operasional Variabel</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	30
<u>Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</u>	31
<u>Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan</u>	32
<u>Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</u>	32
<u>Tabel 4.5 Indeks Persepsi Responden Variabel Citra Merek</u>	33
<u>Tabel 4.6 Indeks Persepsi Responden Variabel Kualitas Produk</u>	34
<u>Tabel 4.7 Indeks Persepsi Responden Variabel Kepercayaan</u>	35
<u>Tabel 4.8 Deskripsi Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian</u>	36
<u>Tabel 4.9 Hasil Uji Model Fit</u>	37
<u>Tabel 4.10 Hasil Uji Keseluruhan Model Fit</u>	37
<u>Tabel 4.11 Hosmer and Lemeshow</u>	38
<u>Tabel 4.12 Hasil Nagelkerke's R Square</u>	39
<u>Tabel 4.13 Hasil Matriks Klasifikasi</u>	40
<u>Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis</u>	40
<u>Tabel 4.15 Hasil Uji Wald (t)</u>	42
<u>Tabel 4.16 Hasil Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (f)</u>	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<u>Gambar 2.1 Model Buyer Decision Process</u>	15

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<u>Lampiran 1</u> <u>Daftar Kuesioner</u>	51
<u>Lampiran 2</u> <u>Identitas Responden</u>	54
<u>Lampiran 3</u> <u>Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Persepsi (X)</u>	56

<u>Lampiran 4</u> Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	58
<u>Lampiran 5</u> SPSS 21 Output	60
<u>Lampiran 6</u> Daftar Riwayat Hidup Penelitian.....	65