

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO SUNSILK HIJAB *RECHARGE*
PADA MASYARAKAT KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH**

SKRIPSI

**OLEH
NOVITA SARI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

2021 M / 1443 H

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO SUNSILK HIJAB *RECHARGE*
PADA MASYARAKAT KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi

Oleh :

NOVITA SARI

170101050219

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

2021 M / 1443 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Sari
NIM : 170101050219
Tempat/Tgl.Lahir : Murung B, 27 Maret 2000
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 10 November 2021

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan

(Novita Sari)

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab *Recharge* pada Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Ditulis oleh : Novita Sari
N I M : 170101050219
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan tanggal lahir : Murung B, 27 Maret 2000
Alamat : Desa Murung B RT 05 RW 03 Kecamatan Hantakan Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Pembimbing I



Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA.
NIP. 19560814 198203 1 005

Banjarmasin, 09 November 2021

Pembimbing II





Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.
NIP. 19610625 198603 2 003

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin,



Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 19780427 200901 2 010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab *Recharge* pada Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah”, ditulis oleh Novita Sari, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari: Senin

Tanggal: 29 November 2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Pakurrahman Azhari, MHI

NIP. 1960060919880310003

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA (Ketua)	1.
2. Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M. Ag (Anggota)	2.
3. Muhammad Rifqi Hidayat, M.Sy (Anggota)	3.
4. Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Novita Sari. 2021. *Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab Recharge pada Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA. (II) Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.

Kata kunci: Atribut Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya dijumpai konsumen shampo di Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang merasa salah dalam memilih shampo, khususnya konsumen wanita yang berhijab. Banyak konsumen wanita yang berhijab mengeluhkan rambutnya menjadi rusak, lembab dan mudah rontok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar atribut produk dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian shampo Sunsilk Hijab *Recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data penelitian ini adalah statistik inferensial. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SPSS 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut produk dan citra merek secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Sunsilk Hijab *Recharge* pada masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Perhitungan dilakukan untuk mengukur pengaruh independen dan dependen. Hasil pengujian signifikan nilai regresi sebesar 0,000. Tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,005 dan $F_{hitung} 9,124 > F_{tabel} 2,70$, maka dapat disimpulkan bahwa atribut produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Al-Insyirah/94: 6)

Semua impian kita dapat menjadi kenyataan jika kita memiliki keberanian untuk
mengejanya. (Walt Disney)

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT dan rahmat dari Nabi Muhammad SAW.

Saya persembahkan sebuah karya tulis yang begitu sederhana ini untuk mereka yang sangat istimewa dalam hidup saya terutama kedua orang tua saya, ayahanda tercinta Maserani dan ibunda tercinta Sarifah dan saudara saya tersayang Anita Susanti yang selalu mendukung saya, yang selalu memberikan semangat, bantuan do'a, motivasi tiada hentinya, dan tak lupa pula terima kasih atas sumber dana yang telah diberikan.

Untuk dosen pembimbing saya bapak Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA. Dan ibu Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag. yang sudah banyak membantu, memberi masukan, saran, membimbing mengarahkan saya dalam proses penyusunan karya tulis ini, terima kasih atas bantuannya semoga menjadi amal baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Kepada sahabat tersayang yang selalu membantu terutama Sa'diatul Jannah, Devi Rahmaniah, dan Fairuz Rahmatillah yang selalu membantu, menjawab semua pertanyaanku, yang selalu memberikan motivasi, dan selalu memberikan semangat untuk berjuang menyelesaikan karya tulis ini, terima kasih atas bantuannya orang-orang baik. Serta teman-teman seperjuangan dan teman-teman lokal B Ekonomi Syariah 2017 yang selalu mendukung saya dan banyak membantu saya dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih atas bantuan teman-temanku yang baik hati. Untuk orang-orang baik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah memberikan semangat dan memotivasi saya dalam menyelesaikan karya tulis ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža'	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	za'	'	koma terbalik di atas

غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مَكْتَبَة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang „al“ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan

المَكْتَبَة الْجَمِيلَة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
-------------------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كلمة	ditulis	<i>ā</i> <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis	<i>ā</i> <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis	<i>ī</i> <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis	<i>ū</i> <i>ṣudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
---	--------------------------	---------	-----------------------

2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	و فرعون ذي الأوتاد	ditulis	<i>wa fir'auna zi al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم أشد خلقا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهدة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah SWT, atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab *Recharge* pada Masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Rohana Faridah, SE., MM., dan Erissa Nilasari, MP., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
4. Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
5. Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag., selaku Penasehat Akademik
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah SWT, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan hukum Islam. Aamiin.

Banjarmasin, 07 November 2021

Penulis



(Novita Sari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii	
HALAMAN PERSETUJUAN	iii	
HALAMAN PENGESAHAN	iv	
ABSTRAK	v	
MOTTO	vi	
KATA PERSEMBAHAN	vii	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii	
KATA PENGANTAR	xii	
DAFTAR ISI	xiv	
DAFTAR TABEL	xvi	
DAFTAR GAMBAR	xix	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah	5
	C. Tujuan Penelitian	6
	D. Kegunaan Penelitian	6
	E. Definisi Operasional	7
	F. Penelitian Terdahulu	9
	G. Kerangka Pemikiran	10
	H. Hipotesis	11
	I. Sistematika Pembahasan	13
BAB II	PEMASARAN, KEPUTUSAN PEMBELIAN, ATRIBUT PRODUK, DAN CITRA MEREK (<i>BRAND IMAGE</i>)	15
	A. Pemasaran	15
	B. Keputusan Pembelian	21
	C. Atribut Produk	27
	D. Citra Merek (<i>Brand image</i>)	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	39
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
	B. Lokasi Penelitian	39
	C. Subjek dan Objek Penelitian	40
	D. Populasi dan Sampel	40
	E. Data dan Sumber Data	42
	F. Metode Pengumpulan Data	43
	G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
	H. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian	44
	I. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
	J. Uji Asumsi Klasik	47
	K. Analisis Regresi Linear Berganda	49
	L. Uji Hipotesis	49

	M. Tahap Penelitian	53
BAB IV	PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	55
	A. Penyajian Data	55
	B. Karakteristik Responden	57
	C. Analisis Statistik Deskriptif	58
	D. Pengujian Hipotesis	72
	E. Uji Asumsi Klasik	74
	F. Analisis Regresi Linear Berganda	76
	G. Uji Hipotesis	78
	H. Uji Variabel Dominan	81
	I. Analisis Data	81
BAB V	PENUTUP	84
	A. Kesimpulan	84
	B. Saran	85
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	89
	RIWAYAT HIDUP	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Indeks Shampo Sunsilk 2015-2019	4
Tabel 3.1	Skor Skala Likert	43
Tabel 3.2	Variabel, Definisi Variabel, Indikator, dan Skala Pemikiran.....	44
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	56
Tabel 4.2	Karakteristik berdasarkan usia responden	57
Tabel 4.3	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai kemasan Sunsilk Hijab <i>Recharge</i> lebih inovatif dari produk pesaing	58
Tabel 4.4	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai kemasan Sunsilk Hijab <i>Recharge</i> mempunyai desain unik yang berbeda dengan merek lainnya	59
Tabel 4.5	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai kemasan Sunislk Hijab <i>Recharge</i> bisa menarik perhatian konsumen	60
Tabel 4.6	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai yakin dengan produk Sunsilk Hijab <i>Recharge</i> karena sudah memiliki sertifikasi label halal	61
Tabel 4.7	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner label halal pada Sunsilk Hijab <i>Recharge</i> memenuhi kebutuhan muslimah di Indonesia akan jaminan halalan	62
Tabel 4.8	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai merek Sunsilk Hijab <i>Recharge</i> adalah merek	

	terkenal	63
Tabel 4.9	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai merek Sun silk Hijab <i>Recharge</i> menampilkan produk-produk kualitas tinggi	63
Tabel 4.10	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai merek Sun silk Hijab <i>Recharge</i> adalah merek shampo yang bisa dipercaya	64
Tabel 4.11	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai Sun silk Hijab <i>Recharge</i> meninggalkan kesan positif bagi konsumen	65
Tabel 4.12	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai Sun silk Hijab <i>Recharge</i> memberikan kepercayaan kepada konsumen dengan kualitas terbaik dari mereknya	66
Tabel 4.13	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai saya membutuhkan produk perawatan tubuh halal termasuk shampo	67
Tabel 4.14	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai saya selalu mencari informasi produk sebelum membeli	68
Tabel 4,15	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai di antara berbagai merek shampo yang ada, akhirnya saya memilih Sun silk Hijab <i>Recharge</i>	69

Tabel 4.16	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai keputusan untuk membeli produk Sunsilk Hijab <i>Recharge</i>	70
Tabel 4.17	Jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner mengenai saya sangat puas membeli Sunsilk Hijab <i>Recharge</i>	71
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.20	Nilai Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov untuk Atribut Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.21	Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.22	Koefisien Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 4.24	Hail Uji Signifikasi (Uji T)	78
Tabel 4.25	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	10
Gambar 4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas	75