

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB SAUDIA PADA
MAHASISWI UIN ANTASARI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH :
IRMAYA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2022 M/1443 H**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB SAUDIA PADA
MAHASISWI UIN ANTASARI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memenuhi Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh :
Irmaya
170101050715**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irmaya
Nim : 170101050715
Tempat/Tgl. Lahir : Pandahan, 20 April 1998
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Banjarmasin, 21 April 2022

Yang membuat pernyataan



Irmaya

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan membeli jilbab saudia pada mahasiswi uin Antasari Banjarmasin

Ditulis oleh : Irmaya

N I M : 170101050715

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2021/2022

Tempat dan tanggal lahir : Pandahan, 20 April 1998

Alamat : jln. Ayani desa Pandahan, Kecamatan Bati-Bati, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan

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

Banjarmasin, 30 Desember 2021

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Pembimbing I



Rohana Faridah, S.E., M.M
NIP: 197804272009012010

Erissa Nilasari, S.P., M.P.
NIP: 19840828200912006

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Saudia Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin”, ditulis oleh Irmaya, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 7 Juni 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A (80,1)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP: 196304171991021001

TIM PENGUJI

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Dr. Hj. Hayatun Naimah, S.H., M.H	1.
2	Erissa Nilasari, S.P., M.P	2.
3	Rohana Faridah, S.E., M.M	3.
4	M. Rifqi Hidayat, S.H.I., M. Sy	

ABSTRAK

Irmaya. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Saudia pada mahasiswi uin Antasari Banjarmasin.* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing : Erisa Nilasari, S.P., M.P.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi atas dasar pemikiran konsumen pada produk jilbab yang banyak dijual dipasaran dan pada akhirnya mengakibatkan perusahaan satu sama lain saling bersaing dalam meningkatkan kualitas barang guna untuk mempertahankan pelanggan serta menjaga nama baik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan membeli Jilbab Saudia pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin. Sampel yang diambil berjumlah 96 responden dengan melalui penyebaran kuesioner. Alat analisis menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan membeli jilbab Saudia pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai thitung sebesar $6,448 > 1,984$. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai thitung sebesar $7,686 > 1,984$. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan membeli dapat dilihat pada nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai thitung sebesar $8,435 > 1,984$. Sedangkan secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian jilbab Saudia pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $> F_{tabel}$ sebesar $30,548 > 2,70$.

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya
(Q.S Al-Baqarah 2:286)

Berusahalah, yakin tujuanmu pasti tercapai. Semakin sulit perjalannya, kamu
akan semakin menjadi lebih kuat.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, karena atas karunia-Nya lah penulis diberi kemudahan dan dari hati yang paling dalam skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Sebagai tanda terimakasih yang tak terhingga saya persembahkan kepada kedua orang tua yang selalu senantiasa memberikan dukungan, motivasi serta selalu mendoakan setiap harinya.
2. Untuk kakak dan adik saya terimakasih atas bantuannya selama ini dan terimakasih juga untuk orang yang sangat spesial dihidup saya sudah membantu hingga sampai dititik ini.
3. Terimakasih juga kepada seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus untuk dosen pembimbing kepada Ibu Erissa Nilasari, SP., MP, yang dengan sabar membantu dan membimbing saya.
4. Tak lupa juga kepada teman-teman saya yang selalu memberikan motivasi, menolong, menghibur sehingga saya sampai dititik 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.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	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
هـ	ha'	H	ha
ء	hamzah	◌ْ	apostrof
ي	ya'	Y	ye

I. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّر	ditulis	mutakabbir
الْقُدُّوس	ditulis	al-qudūs

III. Ta' *marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	ditulis	jāmi'ah
مَكْتَبَة	ditulis	maktabah

(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 *h*

المَكْتَبَة الْجَمِيلَة	ditulis	al-maktabah al-jamīlah
-------------------------	---------	------------------------

IV. Vokal pendek

اَ	fathah	Ditulis	<i>a</i>
اِ	kasrah	Ditulis	<i>i</i>
اُ	dammah	Ditulis	<i>u</i>
شكر	fathah	Ditulis	<i>syakara</i>
قرأ	kasrah	Ditulis	<i>quri'a</i>
ينطق	dammah	Ditulis	<i>yanṭiqu</i>

V. Vokal panjang

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

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	<i>ai ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati و فرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	<i>au wa fir'auna ḏi al-autād</i>

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

أأتن أشد خلقا	ditulis	a'antum asyaddu khalqan
---------------	---------	-------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

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

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
السامرة	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>Iza 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 Besar 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 Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Saudia Pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin”, 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 hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, SE, MM., selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Erissa Nilasari, SP, MP., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. 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 ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 21 Maret 2022
Penulis,

(Irmaya)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kerangka Pemikiran	8
F. Hipotesis	9
G. Definisi Operasional.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11
I. Penelitian Terdahulu	12
 BAB II PEMASARAN DAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN	
A. Pemasaran	17
1. Teori Pemasaran	17
2. Fungsi Pemasaran	18
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
B. Harga	19
1. Pengertian Harga	19
2. Tujuan Penetapan Harga	20
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga	21
4. Indikator harga	22

C. Kualitas Produk	22
1. Pengertian Kualitas Produk	23
2. Dimensi kualitas produk	24
D. Citra Merek	25
1. Pengertian Citra Merek	25
2. Manfaat Citra Merek	27
3. Dimensi Citra Merek	28
4. Indikator Citra Merek	28
E. Keputusan Pembelian	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2. Proses Keputusan Pembelian	30
3. Indikator Keputusan Pembelian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian	33
D. Subjek dan Objek Penelitian	34
E. Data dan Sumber Data	35
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Variabel Penelitian	37
H. Uji Instrumen Penelitian	37
I. Teknik Analisis Data	39
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Penyajian Data	40
B. Analisis Data	66
BAB V PENUTUP	70
A. Simpulan	70
B. Saran-saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik responden fakultas	41
Tabel 4.2	Harga produk Jilbab Saudia sesuai dengan kualitas yang ada	42
Tabel 4.3	Harga produk Jilbab Saudia sesuai dengan manfaat yang dirasakan	42
Tabel 4.4	Harga produk Jilbab Saudia dapat dijangkau oleh semua konsumen	43
Tabel 4.5	Harga produk Jilbab Saudia lebih murah dibanding produk lain	44
Tabel 4.6	Bahan produk yang digunakan berkualitas	44
Tabel 4.7	Produk yang dijual tidak ada yang rusak/cacat	45
Tabel 4.8	Warna Jilbab Saudia tidak mudah luntur	45
Tabel 4.9	Desain dan bentuk yang bervariasi membuat anda ingin membeli	46
Tabel 4.10	Merek Jilbab Saudia yang sudah dikenal banyak orang	47
Tabel 4.11	Merek Jilbab Saudia yang mudah diingat	47
Tabel 4.12	Merek Jilbab Saudia memberikan kesan positif konsumen	48
Tabel 4.13	Merek Jilbab Saudia memiliki ciri khas	49
Tabel 4.14	Saya membeli produk Jilbab Saudia karena adanya kebutuhan ..	49
Tabel 4.15	Responden membeli produk Jilbab Saudia karena harga dan kualitas nya yang baik	50
Tabel 4.16	Responden membeli produk Jilbab Saudia berdasarkan pengalaman orang lain	51
Tabel 4.17	Responden memutuskan membeli produk Jilbab Saudia setelah membandingkan dengan produk lain	51
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas	53

Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolonieritas	57
Tabel 4.21	Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.24	Hasil Uji T	63
Tabel 4.25	Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.2	Gambar Normal Probability Plot	56
Gambar 4.3	Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot	56
Gambar 4.4	Hasil Gambar Scatterplot	58