

**PENGARUH PROMOSI, DUTA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PRODUK SASIRANGAN DI KANTAN SASIRANGAN  
BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
BELLA SYAHILLAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2023 M/ 1445**

**PENGARUH PROMOSI, DUTA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PRODUK SASIRANGAN DI KANTAN SASIRANGAN  
BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :  
Bella Syahillah  
NIM: 1601150140**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
BANJARMASIN  
2023 M/ 1445 H**

### PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bella Syahillah

NIM : 1601150140

Tempat/Tanggal Lahir : Tapin, 28 November 1997

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya skripsi yang saya tulis ini benar benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat di buat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi saya atau makalah dan gelar yang saya peroleh karena nya batal oleh hukum.

Banjarmasin, 10 Juni 2023

Yang membuat pernyataan.

Tanda Tangan



Bella Syahillah

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : PENGARUH PROMOSI, DUTA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SASIRANGAN DI KANTAN SASIRANGAN BANJARMASIN

Ditulis Oleh : Bella Syahillah

NIM : 1601150140

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023

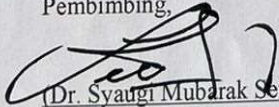
Tempat Tgl. Lahir : Tapin, 28 November 1997

Alamat : Jalan Pahlawan Gg. Bastun RT.018 RW. 001 Marabahan kota Kecamatan Marabahan

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

Banjarmasin, 12 Juni 2023

Pembimbing,

  
(Dr. Syaugi Mubarak Seff, M.A)

NIP . 197002062000031002

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonom Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin





PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi, Duta Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin", ditulis oleh Bella Syahillah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 17 Juli 2023

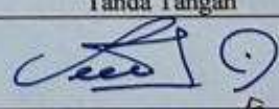
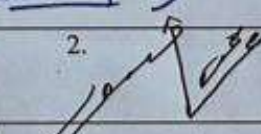
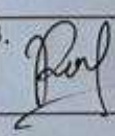
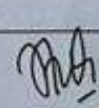
Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+ (77,9)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin



**Dr. H. Sukarni, M.Ag**  
NIP 19630417 199102 1 001

Tim Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	Dr. Syaugi Mubarak, Seff, MA. (Ketua)	1. 
2.	H. Abdul Gafur, Lc, MA (Anggota)	2. 
3.	Muhammad Rifqi Hidayat, M. Sy (Anggota)	3. 
4.	Rimayanti, S.E, M.M (Anggota)	4. 

## ABSTRAK

**Bella Syahillah**, 2023. *Pengaruh Promosi, Duta Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Syaugi Mubarak Seff. MA

**Kata Kunci:** Promosi, Duta Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dalam lingkungan bisnis yang berkembang sangat ketat termasuk di bidang industri kain sasirangan dan berlaku juga bagi Kantan Sasirangan Banjarmasin. Tekanan persaingan yang gencar dan sengaja diarahkan untuk mengubah keputusan konsumen, tidak dapat diabaikan karena akan berlanjut pada perpindahan pelanggan ke produsen Sasirangan lainnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari promosi, duta merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kantan Sasirangan Banjarmasin.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantan Sasirangan Banjarmasin. Sampel sebanyak 80 orang ditentukan dengan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dokumentasi dan observasi kemudian dianalisis secara kuantitatif melalui analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: *pertama*, Secara parsial promosi, duta merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,150 (15%). Duta Merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,574 (57,4%). Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,305 (30,5%). Maknanya adalah jika promosi, duta merek dan kualitas produk meningkat, maka keputusan konsumen dalam membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin juga akan meningkat. Variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah duta merek. Kedua, secara simultan promosi, duta merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,910 (910%). Maknanya adalah 91% keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin ditentukan oleh promosi, duta merek dan kualitas produk.

## MOTTO

"Jangan pernah biarkan kesedihan masa lalumu dan ketakutan akan masa depanmu merusak kebahagiaanmu saat ini."

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui."

(QS Al Baqarah: 216)

"Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai terhadap orang yang sombong dan membanggakan diri."

(Q.S Al-Hadid: 23)

## KATA PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda dan Ibunda, yang tak kenal lelah dalam menjaga, merawat saya dengan penuh kasih sayang, pengorbanan dan memotivasi.
2. Adik-adik tersayang yang tidak kenal lelah memberikan semangat hingga skripsi ini bisa diselesaikan.
3. Terima Kasih Kepada Organisasi KSR-PMI Unit UIN Antasari Banjarmasin, UKM Olahraga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wira Delima Antasari yang telah menjadi tempatku mengasah dan mengembangkan minat dan kemampuan ku serta menjadi pengisi waktu luangku dikalaku mulai lelah dengan segala tugas kuliahku.
4. Sahabat-sahabat tersayang yang telah memberikan dukungan kekuatan, dan selalu memberikan semangat dan selalu mengisi hari-hari ku dengan canda tawa.

Karya ini memang tidak sebanding dengan apa yang kalian semua telah berikan kepada saya, namun saya berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
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	H	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 Ya
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	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
ه	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya`	Y	Ya

## B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta' aqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## C. Ta'marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
------------	---------	----------------------

## D. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	Faḥah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Ḍammah	Ditulis	<i>U</i>

## E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>ā - yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>ū - furūḍ</i>

## F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	ai – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	au – <i>Qaulun</i>

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al”nya.

السماء	Ditulis	<i>as - Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy - Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al - furūḍ</i> atau <i>Ẓawīl - furūḍ</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as - sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ  
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji hanyalah bagi Allah *Subhanahu wa ta'ala*, 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 *Shalallahu alaihi wa sallam*, 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 Promosi, Duta Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar stara 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. Bapak Dr. H. Sukarni M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
2. Ibu Rohana Faridah, SE., MM selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah, beserta seluruh staf yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Bapak Dr. Syaugi Mubarak Seff. MA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan serta motivasi mengenai penyusunan konsep dan materi skripsi.
4. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pelajaran dan pelayanan yang baik selama penulis berstudi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Perpustakaan Pusat UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta semua karyawan dan karyawan yang banyak membantu penulis dalam melengkapi literatur yang diperlukan.
6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk dijadikan subjek penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran di sisi Allah *Subhanahu wa ta'ala.* dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal 'Ālamīn.*

Banjarmasin, Agustus 2023  
Penulis

Bella Syahillah

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iii
PERSETUJUAN .....	iv
PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Definisi Operasional .....	7
F. Penelitian Terdahulu .....	9
G. Kerangka Pikir Penelitian .....	13
H. Hipotesis .....	14
I. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II PROMOSI, DUTA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN .....	16
A. Promosi .....	16
B. Duta Merek .....	25
C. Kualitas Produk .....	27
D. Keputusan Pembelian Konsumen .....	33
BAB III METODE PENELITIAN .....	40
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Pendekatan Penelitian .....	40
C. Lokasi Penelitian .....	40
D. Data dan Sumber Data .....	41
E. Populasi dan Sampel .....	41
F. Teknik Pengumpulan Data .....	43
G. Instrumen Penelitian .....	43
H. Teknik Analisa Data .....	47
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	54
A. Penyajian Data .....	54



B. Analisis Data .....	57
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	57
2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	60
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
5. Uji Hipotesis.....	97
C. Pembahasan .....	101
1. Pengaruh Promosi, duta merek dan kualitas produk secara parsial terhadap terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin ....	101
2. Pengaruh Promosi, duta merek dan kualitas produk secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Banjarmasin.....	103
 BAB V PENUTUP .....	 105
A. Simpulan.....	105
B. Saran.....	106
 DAFTAR PUSTAKA .....	 107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 4. 1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	56
Tabel 4. 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	56
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	57
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	59
Tabel 4. 7	Jawaban responden terhadap pernyataan “Iklan melalui media cetak” .....	60
Tabel 4. 8	Jawaban responden terhadap pernyataan “Iklan melalui media online” .....	61
Tabel 4. 9	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli karena ada potongan harga” .....	62
Tabel 4. 10	Jawaban responden terhadap pernyataan “Kekurangan produk diungkapkan secara jujur” .....	62
Tabel 4. 11	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli karena free gift” .....	63
Tabel 4. 12	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat berita di Media Online” .....	64
Tabel 4. 13	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat berita di media cetak” .....	64
Tabel 4. 14	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat contoh produk di pameran” .....	65
Tabel 4. 15	Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti memiliki daya Tarik sebagai Duta Merek” .....	66
Tabel 4. 16	Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti yang digunakan memiliki kelebihan sebagai Duta Merek” .....	67
Tabel 4. 17	Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti memiliki charisma pada iklan Kantan Sasirangan” .....	67

Tabel 4. 18	Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti dapat diandalkan sebagai Duta Merek” .....	68
Tabel 4. 19	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tampilan foto selebriti sangat menarik dan bagus” .....	69
Tabel 4. 20	Jawaban responden terhadap pernyataan “Popularitas seleb yang menjadi Duta Merek” .....	69
Tabel 4. 21	Jawaban responden terhadap pernyataan “Kualitas produk sesuai dengan harapan” .....	70
Tabel 4. 22	Jawaban responden terhadap pernyataan “Konsumen bisa memilih produk sesuai dengan fungsi yang diharapkan” .....	71
Tabel 4. 23	Jawaban responden terhadap pernyataan “Pola kain bisa dibentuk menjadi beragam jenis busana” .....	72
Tabel 4. 24	Jawaban responden terhadap pernyataan “Desain produk yang istimewa” .....	72
Tabel 4. 25	Jawaban responden terhadap pernyataan “kualitas bahan dasar yang baik” .....	73
Tabel 4. 26	Jawaban responden terhadap pernyataan “Desain yang memberikan kenyamanan” .....	74
Tabel 4. 27	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tidak panas” .....	74
Tabel 4. 28	Jawaban responden terhadap pernyataan “kenyamanan saat dipakai” .....	75
Tabel 4. 29	Jawaban responden terhadap pernyataan “kelembutan bahan” .....	76
Tabel 4. 30	Jawaban responden terhadap pernyataan “Terdapat produk dengan beragam fungsi” .....	76
Tabel 4. 31	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk memiliki variasi ukuran” .....	77
Tabel 4. 32	Jawaban responden terhadap pernyataan “terdapat produk dengan beragam pola” .....	78
Tabel 4. 33	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk sasirangan tidak mudah luntur” .....	78
Tabel 4. 34	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tidak mudah rusak” .....	79
Tabel 4. 35	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tahan lama” .....	80

Tabel 4. 36	Jawaban responden terhadap pernyataan “Pola Sasirangan yang unik” .....	80
Tabel 4. 37	Jawaban responden terhadap pernyataan “Kombinasi warna yang harmonis” .....	81
Tabel 4. 38	Jawaban responden terhadap pernyataan “Produknya cocok dipakai diberbagai acara” .....	82
Tabel 4. 39	Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan keaslian produk”. 82	
Tabel 4. 40	Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan kehalalan produk” .....	83
Tabel 4. 41	Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan ketahanan produk” .....	84
Tabel 4. 42	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena terjamin keasliannya” .....	85
Tabel 4. 43	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih Produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan kebutuhan saya” .....	85
Tabel 4. 44	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memutuskan membeli produk Kantan Sasirangan setelah melihat iklan di Media Sosial” .....	86
Tabel 4. 45	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai Kantan Sasirangan dari teman yang sudah pernah membeli produk Kantan Sasirangan” .....	87
Tabel 4. 46	Jawaban responden terhadap pernyataan “Membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena menyukai motifnya” .....	88
Tabel 4. 47	Jawaban responden terhadap pernyataan “Berlangganan dengan Kantan Sasirangan karena sesuai kemampuan” .....	88
Tabel 4. 48	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan keinginan saya” .....	89
Tabel 4. 49	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena corak sasirangannya yang unik” .....	90
Tabel 4. 50	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk membeli produk Kantan Sasirangan” .....	90
Tabel 4. 51	Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya selalu mengutamakan Kantan Sasirangan apabila ingin membeli produk sasirangan” .....	91
Tabel 4. 52	Hasil Uji Normalitas .....	92

Tabel 4. 53 Hasil Pengujian Multikolineritas .....	93
Tabel 4. 54 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4. 55 Hasil Uji t.....	98
Tabel 4. 56 Hasil Uji F.....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir Penelitian .....	13
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	94