

ANALISIS *BRAND HERITAGE* DAN *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI WARUNG TENDA BIRU GAMBUT

SKRIPSI

OLEH

NOR LAILA SYUFINA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2026 M/ 1447 H

ANALISIS *BRAND HERITAGE* DAN *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI WARUNG TENDA BIRU GAMBUT

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Ilmu Ekonomi Syariah

Oleh:

Nor Laila Syufina

220105010141

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2026 M/ 1447 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nor Laila Syufina
NIM : 220105010141
Tempat/Tgl. Lahir : Gambut/20 Oktober 2003
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 pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 02 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Nor Laila Syufina

BUKTI BEBAS PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 65/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/04/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Nor Laila Syufina
NIM : 220105010141
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Brand Heritage dan Marketing Mix Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Minat Beli di Warung Tenda Biru Gambut

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 15%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 06 April 2026

Ketua Jurusan

Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis *Brand Heritage* dan *Marketing Mix* Terhadap Perilaku Konsumen dalam Minat Beli Di Warung Tenda Biru Gambut

Ditulis oleh : Nor Laila Syufina

N I M : 220105010141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

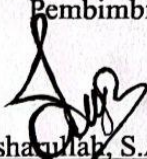
Tempat dan tanggal lahir : Gambut, 20 Oktober 2003

Alamat : Jl. A. Yani Km.14,800

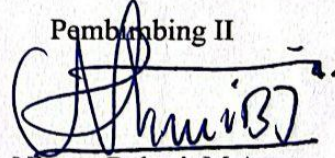
Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 09 Januari 2026

Pembimbing I

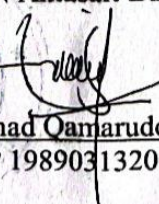

Ansharulhak, S.Ag., M.Fil.I.
NIP 197506092000031003

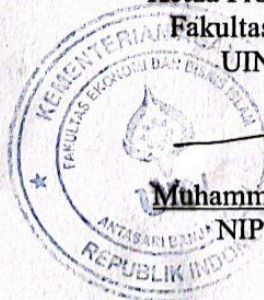
Pembimbing II


Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.
NIP 196705011994031005

Mengetahui,

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


Muhammad Qamaruddin, S.E.I., M.E.
NIP 198903132019031012



PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis *Brand Heritage* dan *Marketing Mix* Terhadap Keputusan pembelian Di Warung Tenda Biru Gambut”, ditulis oleh Nor Laila Syufina, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

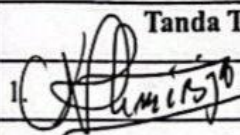
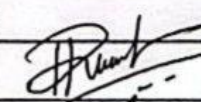

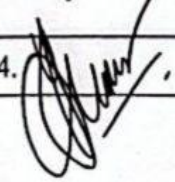
Hari : Selasa
Tanggal : 21 April 2026
Dinyatakan **LULUS** dengan predikat : 81,5 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Zaki Mubarak, M.Si., M.Fin
NIP. 19770512002121002

TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.	1. 
2. Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.	2. 
3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I.	3. 
4. Yusuf Asyabri, S.E., M.E.	4. 

ABSTRAK

Nor Laila Syufina. 220105010141. Analisis *Brand Heritage* dan *Marketing Mix* terhadap Keputusan pembelian di Warung Tenda Biru Gambut. Pembimbing: Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I dan Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag. pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

Kata Kunci: *Brand Heritage*, *Marketing Mix*, Keputusan pembelian.

Ketatnya persaingan industri kuliner menuntut pelaku UMKM dalam mengoptimalkan identitas sejarah dan strategi pemasaran untuk memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand heritage* dan *marketing mix* terhadap keputusan pembelian di Warung Tenda Biru Gambut, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian menggunakan asosiatif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 96 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, *brand heritage* dan *marketing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 45,3%. Secara parsial, nilai sejarah merek terbukti membangun kepercayaan konsumen melalui warisan-turun-temurunnya, sementara bauran pemasaran unggul dalam aspek lokasi strategis dan harga kompetitif.

Sebagai saran praktis, pemilik usaha direkomendasikan untuk melakukan digitalisasi guna memperkuat keterikatan emosional pelanggan serta mengoptimalkan promosi berbasis digital. Konsistensi pada kualitas rasa dan stabilitas harga juga menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

ABSTRACT

Nor Laila Syufina. 220105010141. *Analysis of Brand Heritage and Marketing Mix on Purchase decision at Warung Tenda Biru Gambut.* Academic Supervisor: Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I dan Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag. at the Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

Keywords: *Brand Heritage, Marketing Mix, Purchase decision*

The intense competition within the culinary industry necessitates that MSME practitioners optimize their historical identity and marketing strategies to influence Purchase decision. This study aims to analyze the influence of brand heritage and marketing mix on Purchase decision at Warung Tenda Biru Gambut, both simultaneously and partially. The research employs an associative quantitative method, with data collected via questionnaires administered to 96 respondents selected through a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression to examine the relationships between variables.

The findings indicate that, simultaneously, brand heritage and marketing mix exert a positive and significant influence on Purchase decision, contributing 45.3% to the variance. Partially, brand heritage is proven to foster consumer trust through its established reputation, while the marketing mix excels in terms of strategic location and competitive pricing.

As a practical recommendation, the business owner is encouraged to digitalize the brand's to strengthen emotional engagement with customers and to optimize promotion on digital platforms. Maintaining consistency in taste quality and price stability remains crucial for sustaining consumer loyalty amidst a competitive market.

MOTTO

"Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan." (H.R Tirmidzi)

“Tidak ada yang bisa menolongmu dari kebodohan, kecuali dirimu sendiri”

(Nor Laila Syufina)

PERSEMBAHAN

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan Taufiq dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis persembahkan dengan penuh doa, cinta, serta harapan. Sebuah karya sederhana ini untuk:

Bapak Haspiannor dan Mama Juwariah tercinta.

Tiada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa terima kasih saya atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang tiada henti dari kedua orang tua saya tercinta. Setiap langkah dan pencapaian ini tak lepas dari restu dan dukungan mereka yang senantiasa menjadi cahaya dalam perjalanan hidup saya.

Bapak Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I dan Bapak Dr. H. Nispan Rahmi, M. Ag

Terima kasih sebagai Dosen Penasehat Akademik serta Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, hingga memberikan masukan berharga selama proses penyusunan skripsi.

Sahabat dan Seorang yang Bermakna

Nur Apriliani Bahri, Venia Marsyanhdha Safitri, Normalya Indah Sari, dan Nurhalisha. Terima kasih atas dukungan, semangat, kebersamaan, diskusi, dorongan, maupun motivasi yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Ucapan terima kasih yang tulus saya tujukan pula kepada Muhammad Farid Rafliy, atas dukungan moral, kesabaran, dan motivasi tiada henti yang diberikan selama proses penggarapan skripsi.

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	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	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	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
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	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan

ظ	Za	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
ء	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	·	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>Al-quḍūs</i>

III. Ta'marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>Jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</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).

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

المكتبة الجميلة	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	yantiqu

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif كاملة	Ditulis	ā kāmilah
2.	Fathah + ya' mati صلى	Ditulis	ā ṣal lā
3.	Kasrah + ya' mati شديد	Ditulis	ī syad īd
4.	Dammah + wawu mati صدور	Ditulis	ū ṣud ūr

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati رويد	Ditulis	ai ruwaidun
2.	Fathah + wawu mati وقرعون ذيا الأوتاد	Ditulis	au wa fir'auna zi al- autād

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

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

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

b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aş- şubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-Sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

برالوالدين	Ditulis	<i>Birru al-wālidaini</i>
إذاالشمس	Ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat, nikmat, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

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 “**Analisis *Brand Heritage* dan *Marketing Mix* Terhadap Keputusan pembelian Di Warung Tenda Biru Gambut**”, 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. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Muhammad Qamaruddin, S.E.I.,M.E., selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I dan Dr. H. Nispan Rahmi, M.ag. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

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, Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banjarmasin, 02 Januari 2026

Penulis

Nor Laila Syufina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Signifikansi Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II <i>BRAND HERITAGE, MARKETING MIX, KEPUTUSAN</i>	
PEMBELIAN	12
A. Kajian Teori	12
1. <i>Brand Heritage</i>	12
2. <i>Marketing Mix</i> (4P)	17
3. Keputusan pembelian	20
B. Kajian Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	33

C. Populasi dan Sampel	33
D. Teknik Pengambilan Sampel	34
E. Data dan Sumber Data	35
F. Variabel dan Indikator	37
G. Teknik Pengumpulan Data	38
H. Teknik Analisis Data	39
I. Tahapan Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil	46
B. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	71
A. Simpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN – LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Tabel Indikator.....	36
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi.....	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas K-S.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sprearman.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (F).....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (T).....	60
Tabel 4.12 Hasil Model Summary.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data BPS Sumbangan PDB UMKM 1998.....1

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....28