

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* MUSLIM MELALUI
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA KONSUMEN NADIRAA HIJAB)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Nisrina Afa Lestari

20190730094

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nisrina Afa Lestari

NIM : 20190730094

Judul Skripsi : **Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Nadiraa Hijab)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah disebutkan sumbernya di bagian naskah dan daftar pustaka skripsi ini.

Yogyakarta, 7 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Nisrina Afa Lestari

PERSEMBAHAN

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Kupersembahkan karya ini untuk:

Bapak saya Hadi Sunarko dan Ibu saya Sofiatu Rohmatin yang selalu dan tidak pernah bosan mendoakan kesuksesan serta keselamatan saya kepada Allah SWT. Bapak dan Ibu saya yang selalu mengorbankan tenaga, waktu dan pikiran untuk anak-anak mereka tiada henti. Bapak dan Ibu saya yang selalu mencurahkan semua kasih sayang dan cinta mereka untuk anak-anak mereka tanpa kekurangan sedikit pun. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan, perlindungan, kelancaran rezeki yang barakah, dan kebahagiaan dari Allah SWT dan kita semua dapat berkumpul lagi di surga-Nya nanti Amiin.

Kakak sepupu saya Hardani Puspita Hapsari yang selalu mendukung di setiap kegiatan saya selama ini dengan segala motivasi, materi serta doa yang tak terputus.

Adik saya Sabrina Zulfiana Rahma yang selalu menyemangati saya, mendengarkan seluruh keluh kesah saya setiap saat, dan mendoakan kesuksesan saya. Serta keluarga besar saya yang selalu mendoakan kesuksesan saya.

Diri ini yang selalu sabar dan kuat menjalani segala halangan rintangan yang sedang dihadapi hingga kini dan nanti.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur semoga tetap tercurahkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kewajiban untuk menyusun skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini baik dalam segi materi maupun pikiran. Karena bantuan tersebut skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan baik. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
4. Bapak Syarif As'ad, S.El., MSI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, serta kritik dan saran dengan sabar kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.


5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh karyawan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kesabaran dan keramahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Teman-teman seperjuangan (Afifah, Lina, Anis, Diah, Vina, Ayu, Hadiyati, dan Nova) yang selalu ada dan tak pernah berhenti memberikan keceriaan, kebahagiaan, serta dukungan yang berarti bagi penulis.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT. senantiasa memberikan rahmat dan karunianya, serta membalas kebaikan kalian semua.
Aminn

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mohon kritik dan sarannya demi menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis memuji segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dan studi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Aamiin

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Maret 2023

Penulis



Nisrina Aufo Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis.....	13
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II	17

TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Landasan Teori.....	23
1. Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
2. Persepsi.....	27
3. <i>Social Media Marketing</i>	28
4. <i>Perceived Quality</i>	31
5. <i>Brand Image</i>	34
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Teknik Pengumpulan Data.....	47
D. Jenis dan Sumber Data	48
E. Definisi Operasional.....	49
1. <i>Social Media Marketing (X₁)</i>	49
2. <i>Perceived Quality (X₂)</i>	50
3. <i>Brand Image (Z)</i>	51
4. Keputusan Pembelian (Y).....	51
F. Teknik Analisis Data.....	52
1. Analisa <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	53
2. Analisa <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	55
BAB IV	58

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum	58
B. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	58
C. Hasil Penyebaran Kuesioner	60
D. Karakteristik Responden	61
E. Analisis Uji Instrumen Penelitian	68
1. Uji Validitas	68
2. Uji Reliabilitas.....	75
F. Analisis Uji Hipotesis	75
1. Uji <i>Inner Model</i>	75
2. Uji Hipotesis.....	77
3. Uji Mediasi.....	80
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
BAB V.....	100
SIMPULAN	100
A. Simpulan	100
B. Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	102
1. Keterbatasan Penelitian	102
2. Saran Penelitian Selanjutnya	102
C. Implikasi.....	103
1. Implikasi Teoretis.....	103
2. Implikasi Praktis.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data <i>Followers Social Media</i> Nadiraa Hijab	46
Tabel 3. 2 Skala Likert	48
Tabel 3. 3 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	54
Tabel 3. 4 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi <i>Inner Model</i>	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	64
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk..	65
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Social Media yang digunakan	66
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Social Media Nadiraa Hijab ...	67
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Social Media.....	67
Tabel 4. 11 <i>Outer Loading</i>	72
Tabel 4. 12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	73
Tabel 4. 13 <i>Discriminant Validity</i>	74
Tabel 4. 14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4. 15 Nilai <i>R-Square</i>	76
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4. 17 <i>Specific Indirect Effects</i>	80
Tabel 4. 18 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Produk Pada Google Berdasarkan Sub Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Logo Nadiraa Hijab	59
Gambar 4. 2 Akun Social Media Nadiraa Hijab	59
Gambar 4. 3 Profil Online Shopping Nadiraa Hijab	60
Gambar 4. 4 Output Outer Model I.....	69
Gambar 4. 5 Output Outer Model II.....	71
Gambar 4. 6 Output Inner Model	76
Gambar 4. 7 Postingan Nadiraa Hijab di Laman Instagram	89

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Olah Data SmartPLS
3. *PLS Algorithm Full Model*
4. *Bootstrapping Full Model*
5. Dokumentasi
6. Kuesioner Pendukung
7. Jawaban Kuesioner Responden
8. Jawaban Kuesioner Pendukung
9. Hasil Uji Similaritas