

PENGARUH *SUSTAINABILITY AWARENESS* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MUSLIM ZOYA DI YOGYAKARTA DENGAN *ISLAMIC VALUE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASIAN



SKRIPSI

Oleh :

Riga Dwi Pangella Arisanda

20200730030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riga Dwi Pangella Arisanda

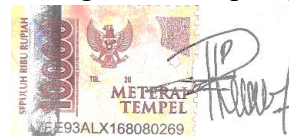
NIM : 20200730030

Judul : Pengaruh *Sustainability Awareness* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim Zoya di Yogyakarta Dengan *Islamic Value* Sebagai Variabel Pemoderasian

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Riga Dwi Pangella Arisanda

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan ketulusan hati dan ungkapan terima kasih skripsi ini dipersembahkan untuk :
Allah swt yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Kedua orang tua tercinta Bapak Drs. Ramalan dan Ibu Nismiwati, S.Ag yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan sampai ke tahap ini. Selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan mengajari untuk selalu sabar disetiap proses yang dilalui, serta tiada hentinya selalu mendoakan yang terbaik disetiap langkah. Bak mentari yang menyinari bumi, kasih sayang Ibu dan Papa senantiasa memancarkan kehangatan dalam hidup ini. Tiada doa yang lebih indah selain doa yang dipanjatkan dari hati tulus orang orang terkasih.

Teruntuk abang dan adik adik, terima kasih atas segala bentuk dukungan dan doa yang diberikan. Untuk sampai pada titik ini tentunya tidak lepas dari kasih sayang dan pengorbanan dari kalian. Semoga ini menjadi salah satu langkah awal dalam mewujudkan impian kita bersama. Bagai Mutiara di kedalaman Samudra, kehadiran kalian bagaikan lentera di kegelapan

Akhir kata, semoga skripsi ini bisa menjadi manfaat dan menambah wawasan untuk orang lain. Aamiinn

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *SUSTAINABILITY AWARENESS* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION ZOYA DI YOGYAKARTA DENGAN *ISLAMIC VALUE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASIAN**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyelesaian studi dan kelancaran proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, arahan, dan petunjuk serta kerjasama dari berbagai pihak, baik pada tahap persiapan, penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis dalam kesempatan ini menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., ASEAN.Eng.
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Dr. Syakir Jamaluddin, M.A.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Dr. Homaidi Hamid, M.Ag
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Syarif As'ad, S.E.I.,M.S.I terima kasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, semangat, serta saran dalam penulisan skripsi ini. rasa hormat dan bangga bisa berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan bapak
5. Dosen Pembimbing Akademik, Muhammad Zakiy, S.E.I.,M.Sc yang telah memberikan dukungan atas penulisan skripsi ini
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas segala ilmu serta wawasan yang telah diberikan selama perkuliahan

7. Teristimewa untuk ayahanda Drs. Ramalan dan ibunda Nismiwati, S.Ag serta saudara tercinta Panji Randilla Apriama Pangendra, S.E., M.Ak., Trio Kelvin Pangendra, dan Muhammad Zaid Giovani Alzhafran yang selalu menjadi pengingat dan penguat paling hebat, selalu memberikan dukungan dan doa, serta kasih sayang yang tulus kepada penulis
8. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan perhatian, doa, dan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun material
9. Teman teman seperjuangan dari Rantau Kuantan. Abdur Rahman, Caesar Esha, dan Laras Hanawiyah yang telah kebersamai, menemani dan menjadi pelepas rindu kampung halaman dengan cerita dan canda tawa yang dilalui bersama
10. Teman teman seperjuangan Diana Pangestu, Kamila Noor Seto Dewi, Tria Isti Wulandari dan teman teman Ekonomi Syariah 2020 yang selalu menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, usaha, dan dukungan yang telah diberikan. Semoga kita sukses di jalan masing masing

Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Tiada kata yang lebih indah dan bermakna selain ucapan terima kasih yang tulus. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang dapat memperbaiki kekurangan dikemudian hari.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 14 Juni 2024



Riga Dwi Pangella Arisanda

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	viv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	19
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian.....	24
D. Manfaat Penelitian	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
B. Landasan Teori	31
1. Keputusan Pembelian.....	32
2. Sustainability Awareness.....	38
3. Brand Awareness	43
C. Kerangka Berpikir.....	47
D. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	51
B. Populasi dan Sampel Penelitian	51
C. Teknik Pengumpulan Data	52
D. Jenis dan Sumber Data	53

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	53
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
G. Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Karakteristik Responden	64
C. Analisis Data	
1. Uji Instrumen	68
2. Uji Asumsi Klasik	70
3. Uji Hipotesis	72
D. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 4.1 Top Brand Award 2023	63
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3 Usia Responden.....	65
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	65
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.6 Pendapatan Perbulan Responden	66
Tabel 4.7 Pengeluaran Responden	67
Tabel 4.8 Intensitas Pembelian Responden	67
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel.....	68
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Sustainability Awareness.....	69
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Brand Awareness	69
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Islamic Value.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Berganda.....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji t	74
Tabel 4.20 Hasil Uji MRA XI*Z	75
Tabel 4.21 Hasil Uji MRA X2*Z	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Produk Zoya	62
Gambar 4.2 Inovasi Produk Zoya	63
Gambar 4.3 Produk Zoya Mukena dan Baju Koko.....	76
Gambar 4.4 Kolaborasi Zoya x Larissa Chou.....	79
Gambar 4.5 Produk Zoya Bahan Ramah Lingkungan	79
Gambar 4.6 Merek Zoya Pada Produk.....	81
Gambar 4.7 Cara Branding Zoya	81