

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen Elzatta di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



Oleh:

Tri Wahyuni

NPM 20170730155

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

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Konsumen Elzatta di Daerah Istimewa Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Prodi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Tri Wahyuni

NPM 20170730155

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Tri Wahyuni**

NPM : **20170730155**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Elzatta di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

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

Yogyakarta, 10 April 2021

Yang membuat pernyataan



Tri Wahyuni

MOTTO

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah Maha Mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

(Q.S Al Baqarah:216)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi. Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan orang-orang tercinta yang selalu memberikan dukunannya. Penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya tercinta Bapak Mukijo dan Ibu Sriyem tercinta yang senantiasa dan tidak bosan selalu mendo'akan, memotivasi, memberikan semangat, serta dukungan moril dan seluruh didikan yang mereka ajarkan. Terima kasih juga untuk adik saya Riyanti Fibri Liana yang selalu membantu dan menemani dalam proses penyusunan skripsi. Serta kakak saya Wahyu Sucianto yan selalu memberikan semangat.

Kepada Fenna Ayunintyas dan Zulfa Akmala Dewi yang selalu menemani dan membantu proses penyusunan skripsi saya ucapkan terima kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Skripsi dengan judul “Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Elzatta di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dan saran dari semua pihak.

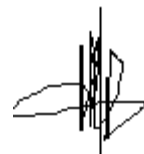
Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan petunjuk karena atas ijin-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua dan saudara-saudara saya yaitu Riyanti Fibri yang selalu memberikan dukungan dan semangat dari awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Akif Khilmiyah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Maesyaroh, M.A. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
6. Bapak Rozikan, S.E.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Ibu Miftakhul Khasanah, S.T.P., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan saran, kritik, masukan dan solusi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Karyawan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.
9. Zulfa Akmal Dewi dan Fenna Ayuningtyas yang selalu memberikan waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendoakan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendokan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Yogyakarta 31 Maret 2021



Tri Wahyuni

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| NOTA DINAS | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN | v |
| MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSRTACT..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Sistematika Penelitian | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI | 12 |
| A. Tinjauan Pustaka | 12 |
| B. Landasan Teori..... | 20 |
| 1. Kualitas Produk..... | 20 |
| 2. Kepercayaan Konsumen..... | 20 |
| 3. Citra Merek | 21 |
| 4. Keputusan Pembelian..... | 22 |
| 5. Elzatta..... | 24 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 25 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 29 |
| A. Metode Penelitian..... | 29 |
| B. Populasi dan Sampel | 29 |
| C. Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| D. Jenis data dan Skala Pengukuran | 31 |
| E. Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 35 |

| | |
|---|----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 39 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 39 |
| B. Kriteria Responden..... | 39 |
| C. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian | 43 |
| D. Hasil Analisis Data..... | 45 |
| BAB V PENUTUP..... | 60 |
| A. Kesimpulan | 60 |
| B. Keterbatasan dan Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN..... | 65 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Fashion Muslim Market Tahun 2019..... | 4 |
| Tabel 1.2 Top Brand Award 2020 Kategori Kerudung Bermerek | 6 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 32 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk..... | 33 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen | 33 |
| Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Citra Merek | 34 |
| Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian..... | 34 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden | 40 |
| Tabel 4.2 Umur Responden..... | 40 |
| Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden | 41 |
| Tabel 4.4 Pekerjaan Responden | 41 |
| Tabel 4.5 Pendapatan Responden | 42 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas..... | 43 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas | 44 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji One Sample Kolmorov Smirnov | 45 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoliniertas | 46 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 48 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Determinan | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji T..... | 52 |

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Penaganut Agama di Indonesia Tahun 2020 | 1 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 25 |
| Gambar 4.1 Grafu Scatter Plot | 47 |