

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK
RABBANI DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI (STUDI KASUS KONSUMEN PRODUK RABBANI DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**



Oleh

Fifi Septiani

NIM : 20190730074

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK
RABBANI DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI (STUDI KASUS KONSUMEN PRODUK RABBANI DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**



PROPOSAL PENELITIAN

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat gun memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Strata Satu
Pada Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Fifi Septiani

NIM: 20190730074

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

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Lampiran : 3 eks. Skripsi
Hal : Persetujuan

Yogyakarta, 23 Desember 2022

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fifi Septiani

NIM : 20190730074

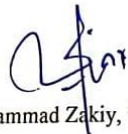
Judul : **Pengaruh *Brand Image* dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Rabbani Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Produk Rabbani Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqosyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing



(Muhammad Zakiy, S.EI., M.Sc.)

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fifi Septiani

NIM : 20190730074

Judul Skripsi : **Pengaruh *Brand Image* dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Rabbani Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Produk Rabbani Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).**

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 manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disebutkan sumbernya di bagian naskah dan daftar pustaka skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Fifi Septiani

MOTTO

“Jangan menyerah saat doa-doamu belum terjawab. Jika kamu mampu bersabar,
Allah mampu memberikan lebih dari apa yang kamu minta”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Kupersembahkan karya ini untuk:

1. Mama (Sri Muliasih) dan Bapak (Alm. Susworo & Susmono) yang selalu dan tidak pernah bosan menyebut namaku disetiap do'a mereka kepada Allah SWT. Mama dan bapak yang selalu mengorbankan tenaga, waktu dan pikiran untuk anak-anak mereka tiada henti. Mama dan bapak yang selalu mencurahkan semua kasih sayang dan cinta mereka untuk anak-anak mereka tanpa kekurangan sedikitpun. Semoga mama dan bapak selalu diberikan kesehatan, perlindungan dan kebahagiaan dari Allah SWT dan kita semua dapat berkumpul lagi di surga-Nya nanti.
2. Kakak ku (Bagus Setiaji) yang selalu mendukung aku dengan segala motivasi, materi dan curahan kata yang sangat membantuku bangkit ketika berada dititik terendahku.
3. Haniii yang selalu membantu aku saat kesusahan dalam merapikan word skripsiku, sahabatku Klarisa yang selalu memberikan waktu luang untuk mendengarkan segala keluh kesahku yang itu-itu saja dan teman-teman seperjuanganku (Fathya, Anisa, Afiana, Fadhila) yang tak pernah berhenti memberikan segala dukungan tenaga dan waktu yang sangat berarti untukku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin penulis haturkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena limpahan rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini. Selama proses penulisan skripsi, banyak sekali pihak yang telah membantu dan mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budianto, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Syakir Jamaluddin, MA., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Homaidi Hamid, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Syarif As'ad, S.El., MSI., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Muhammad Zakiy, S.El., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta kritik dari segala permasalahan yang terdapat pada penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang direncanakan dan didiskusikan.
6. Bapak dan Ibu dosen program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat.

7. Seluruh karyawan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kesabaran dan keramahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Seluruh pihak yang belum tercantum namanya, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk bantuan yang telah memudahkan proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas seluruh kebaikan kalian. Aamiin.

Pada akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis memuji segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dan studi ini. Hanya Allah SWT dzat Yang Maha Sempurna, penulis panjatkan puji syukur tiada batas.

Penulis



Fifi Septiani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Pustaka	12
B. Kerangka Teori	17
1. <i>Signaling Theory</i>	17
2. <i>Brand Image</i>	18
3. <i>Islamic Branding</i>	18
4. <i>Brand Awareness</i>	21
5. Keputusan Pembelian	22
C. Pembentukan Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel.....	30
C. Sumber Data	31
D. Teknik Pengumpulan Data	31

E. Definisi Operasional dan Variabel penelitian	32
F. Pengujian Model Pengukuran dan Model Struktural.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Hasil Penelitian	41
1. Karakteristik Responden	41
2. Demografi Responden.....	42
B. Uji Validitas	44
C. Uji Reliabilitas	47
D. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner model) dan Pengujian Hipotesis	48
E. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V KESIMPULAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index 2018-2022 Kategori Busana Muslim.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Tampilan Output Model Pengukuran.....	44
Gambar 4.2 Tampilan Output Inner Model	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Outer Model	39
Tabel 3.2 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Inner Model.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.4 Average Variance Extracted (AVE)	46
Tabel 4.5 Discriminant Validity.....	47
Tabel 4.6 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	48
Tabel 4.7 Nilai R- Square.....	49
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	51
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2. Hasil Uji Konvergen.....	80
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan	80
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 5. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	82
Lampiran 6. Hasil Uji Signifikansi	82
Lampiran 7. Hasil Uji Similaritas	85
Lampiran 8. Data Kuesioner	85