

PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN MUSLIM ZAAFER INDONESIA PADA APLIKASI INSTAGRAM



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna

Memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu

Pada Prodi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Abdullah Fajar R

NPM: 20190730011

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Abdullah Fajar R**

NIM : **20190730011**

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN MUSLIM ZAAFER INDONESIA PADA APLIKASI INSTAGRAM**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajkan untuk memperoleh gelar kerjasama disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yan pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 27 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Abdullah Fajar R

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Al-hamdu lillahi rabil'alamiin.

Tiada upaya dan kekuatan melainkan atas izin Allah SWT.

Dengan kerendahan dan ketulusan hati, karya ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tua saya Bapak Kamta dan Ibu Maryuni yang senantiasa memberikan dukungan penuh berupa doa dan motivasi maupun dukungan dalam menempuh pendidikan serta impian yang ingin penulis capai.

Kakak saya Fatima Tush Sholiha dan juga adik saya Alike Aura Sukamto yang selalu memberikan dukungan, doa serta semangat dalam menjalankan segala sesuatu yang baik.

Tak lupa juga penulis persembahkan untuk teman-teman yang sudah kebersamai dan ikut memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini bisa selesai. Terima kasih sudah berjuang dan saling mendukung satu sama lain.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kekuatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Zaafer Indonesia Pada Aplikasi Instagram”.

Penyusunan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan derajat Sarjana Akuntansi pada Program Sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi pemilik brand Zaafer untuk mengembangkan usahanya lebih baik lagi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P., IPM. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaludin, M. A selaku Dekan Fakultas Agama Islam serta Dosen Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku dekan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Dyah Pikanthi Diwanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah meluangkan waktu dan pikiran, memberikan nasihat, saran serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Satria Utama S.E.I., M.E.I, selaku dosen pembimbing akademik (DPA).
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membagi ilmu yang dimiliki kepada penulis selama proses perkuliahan

7. Semua sahabat dan teman-teman saya yang selalu mengerti keadaan dan selalu memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi mendapatkan hasil yang lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 27 Februari 2023



Abdullah Fajar R.

DAFTAR ISI

NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIS	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Teoritis	11
C. Kerangka Teoritis.....	14
D. Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Subjek Dan Objek	18

B. Jenis Penelitian.....	18
C. Populasi Dan Sampel	18
D. Teknik Pengumpulan Data.....	19
E. Jenis dan Sumber Data	20
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20
G. Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	26
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan.....	33
BAB V SIMPULAN	38
A. Kesimpulan	38
B. Keterbatasan.....	38
C. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Penilaian	20
Tabel 4.1 Klasifikasi Kuesioner	26
Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Umur	27
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Penghasilan	28
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	29
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	29
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth.....	30
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Item Variabel Penelitian	31
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	31
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	31
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	32
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Berganda	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram platform media sosial favorit.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	15

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	45
lampiran 2. Data Penelitian.....	52
lampiran 3. Distribusi Frekuensi	58
lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
lampiran 5. Hasil Analisis Regresi.....	66
lampiran 6. Surat Keterangan Uji Similaritas	68