

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
TOKO KAOS NYENYES CABANG DEMANG LEBAR DAUN
PALEMBANG**



Oleh :

**AYU WANDIRA
(1526200082)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden
Fatah untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH
PALEMBANG**

2019



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4


**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**

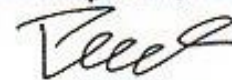
Nama : Ayu Wandira
NIM/Program Studi : 1526200082/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kaos Nyenyas Cabang Demang Lebar Daun Palembang.


Telah diterima dalam ujian Munaqosyah pada tanggal, 06 Agustus 2019

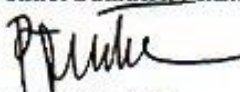
PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH


Tanggal Pembimbing Utama : Muhammad Rusdi, S.E., Msc
t.t :

Tanggal 19-08-2019 Pembimbing Kedua : Mail Hillian Batin, S.E.I., M.E
t.t : 

Tanggal 19-08-2019 Penguji Utama : Dr. Pengy Cahaya Azwari, MM,MBA.,Ak
t.t : 

Tanggal 19-08-2019 Penguji Kedua : Disfa Lidian Handayani, S.E.I.,M.E.I
t.t : 

Tanggal 19-08-2019 Ketua : Dr. Rinol Sumatri, M.E.I
t.t : 

Tanggal 19-08-2019 Sekretaris : Aryanti S.E., MM
t.t : 

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Wandira

No. Induk Mahasiswa : 1526200082

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : SI Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian atau karya ilmiah sendiri dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kaos Nyenyek Cabang Demang Lebar Daun Palembang.”** kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Agustus 2019

Saya yang menyatakan,



Ayu Wandira
NIM.1526200082



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan
Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kaos
Nyenyes Cabang Demang Lebar Daun Palembang
Ditulis oleh : Ayu Wandira
NIM : 1526200082

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah
(S.E)

Palembang, 15 Agustus 2019

Dekan


Dekan, **Adnanah Barkah, M.H.I.**
NIP. 197011261997032002



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276. Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kaos Nyenyek Cabang Demang Lebar Daun Palembang

Yang ditulis Oleh:

Nama : Ayu Wandira
NIM : 1526200082
Program : SI Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis Islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I

Muhammad Rusdi, M.Sc
NIP. 197001302006041001

Palembang, Juli 2019
Pembimbing II

Mail Hillian Batin, S.E.I., M.E
NIK.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengubah keadaan (nasib) suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar-Ra'd : 11)

Tidak mengetahui suatu hal bukan berarti kita tidak mampu, karena selalu ada kesempatan untuk mencoba dan belajar. Berusaha dan berdo'alah karena hanya itu satu-satunya jalan.

(Ayu Wandira)

Dan Percayalah!!!!

“ Allah SWT tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah : 286)

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ Papa dan Emak ku yang sangat aku sayangi yang menjadi semangatku dan telah memberikan semuanya kepadaku, do'a, kasih sayang, pengorbanan dan kebahagiaan.
- ❖ Kedua kakak laki-laki ku yang selalu memotivasi ku
- ❖ Adik perempuanku yang aku kasihi
- ❖ Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan

ABSTRAK

Brand (merek) mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu pemasaran produk. Dengan adanya suatu brand maka akan menunjukkan image, nama dan kualitas produk, cara produsen menjalankan bisnis dan bagaimana produsen meyakinkan konsumen serta memudahkan orang-orang mengenali suatu produk. Citra (*image*) merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Image yang baik tentang produk akan menguntungkan perusahaan, karena konsumen secara tidak sadar akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Citra merek yang baik juga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang menggunakan produk tersebut.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Kaos Nyenyas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 sampel yang diperoleh dengan menggunakan perhitungan melalui rumus *Haire et al* adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

Dengan menggunakan *path analysis* hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Citra Merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kepuasan Konsumen memediasi antara pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kaos Nyenyas Cabang Demang Lebar Daun Palembang”**, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada manusia yang paling mulia dengan keluhuran akhlaknya, yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, atau mungkin menjadi sebuah inspirasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Aamiin.

Selanjutnya dalam proses penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, M.A., Ph. D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Muhammad Rusdi, S.E., M.Sc dan Bapak Mail Hillian Batin, S.E.I., M.E selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan yang sabar.
5. Bapak Rudy Aryanto, S.Si., M.Si selaku penasehat akademik yang selalu mengontrol perkembangan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung.
6. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
7. Kedua orang tua yang selalu menjadi motivasi hidup penulis. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah henti dipanjatkan dan kasih sayang yang tidak pernah henti diberikan, membantu dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Kedua Kakak dan Adikku yang tercinta dan segenap keluarga besar penulis, terima kasih atas dukungan dan semua hal yang telah kalian berikan kepada penulis.

9. Untuk Dita Agusta dan Anggraini kalian adalah sahabat luar biasa, terima kasih untuk saran, motivasi, suka duka dan kebersamaannya selama ini. Yakinlah kita akan sukses bersama.
10. Sahabat-sahabat tercinta Kesi Megasari dan Susi Susanti terima kasih atas doa, dukungan, saran dan selalu mendengarkan keluh kesah selama ini.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan, khususnya keluarga besar Ekonomi Islam 2 Angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Sahabat seperjuangan komprehensif dan munaqosyah

Akhir kata hanya kepada Allah penulis memanjatkan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan berupa amal yang berlipat kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi orang lain. Amin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, Agustus 2019

Penulis

Ayu Wandira
NIM 1526200082

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	11
D. Tujuan Masalah	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Peneulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	15
1. Citra Merek.....	15
2. Kepuasan Konsumen	21
3. Keputusan Pembelian	25
B. Penelitian Terdahulu.....	29

C. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	36
4. Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
D. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
E. Hipotesis	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	40
B. Populasi Dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel	41
C. Jenis Dan Sumber Data.....	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Sumber Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Variabel Penelitian	44
F. Definisi Operasional Variabel	45
G. Instrumen Penelitian	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	46
H. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Linearitas	48
c. Uji Multikolinearitas	49
d. Uji Heteroskedastisitas	49

2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	50
3. Prosedur Analisis Variabel Intervening (Versi Baron dan Kenny)	56
4. Perhitungan Pengaruh.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	59
B. Uji validitas dan Uji Reliabilitas	61
1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reliabilitas.....	63
C. Hasil Analisis Data	64
1. Uji Asumsi Klasik	64
a. Uji Normalitas	64
b. Uji Linearitas	65
c. Uji Multikolinearitas	67
d. Uji Heteroskedastisitas	68
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	70
3. Pengujian Variabel Mediasi.....	75
4. Perhitungan Pengaruh.....	76
5. Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	78
D. Pembahasan	79
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan.....	79
2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian	80
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor	3
Tabel 1.2	4 Brand Kaos Ternama Palembang	6
Tabel 1.3	Research Gap Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	8
Tabel 1.4	Research Gap Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian	9
Tabel 1.5	Research Gap Citra Merek Terhadap Kepuasan	10
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	47
Tabel. 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel. 4.2	Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel. 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Instrumen	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	63
Tabel 4.6	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	64
Tabel 4.7	Uji Linearitas Kepuasan dan Citra Merek	65
Tabel 4.8	Uji Linearitas Keputusan Pembelian Dan Citra Merek	66
Tabel 4.9	Uji Linearitas Keputusan Pembelian Dan Kepuasan.....	66
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas <i>Tolerance</i> dan VIF	67
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glesjer.....	68
Tabel 4.12	Pengaruh Citra Merek Secara Simultan Terhadap Kepuasan...	70
Tabel 4.13	ANOVA dengan nilai F dan Sig.....	7

Tabel 4.14	Pengaruh Citra Merek Secara Parsial Terhadap Kepuasan	71
Tabel 4.15	Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.16	ANOVA dengan nilai F dan Sig.....	73
Tabel 4.17	Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan dan Secara Parsial Terhadap Keputusan.....	74
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 3.1	Diagram Jalur Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening51
Gambar 4.1	Strategi <i>Causal Step</i> (Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan dengan Dimediasi Kepuasan).....	7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2	Data Responden.....	94
Lampiran 3	Jawaban Kuesioner	97
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik	105
Lampiran 6	Analisis Regresi.....	109
Lampiran 7	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	111
Lampiran 8	Dokumentasi.....	113