

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN  
*BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HIJAB RABBANI**

**(Studi pada Mahasiswi di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

Disusun Oleh:  
**FEBRIANTO SAPUTRA**  
**1702010172**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**  
**AGUSTUS, 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN  
*BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HIJAB RABBANI**

**(Studi pada Mahasiswi di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**FEBRIANTO SAPUTRA  
1702010172**

Diperiksa dan disetujui oleh :

**Pembimbing**

**Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM  
NIK. 2160122**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Febrianto Saputra  
NIM : 1702010172  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul Laporan : **Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi pada Mahasiswi di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM  
Anggota 1 : M. Agung Miftahudin, S.E., M.Si.  
Anggota 2 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si.

(*Erny*)  
(*Agung*)  
(*Restu*)

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj Naclai Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febrianto Saputra  
NIM : 1702010172  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Febrianto Saputra

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febrianto Saputra  
NIM : 1702010172  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi pada Mahasiswi di Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 25 Agustus 2022

Yang menyatakan,

  
Febrianto Saputra

## MOTTO

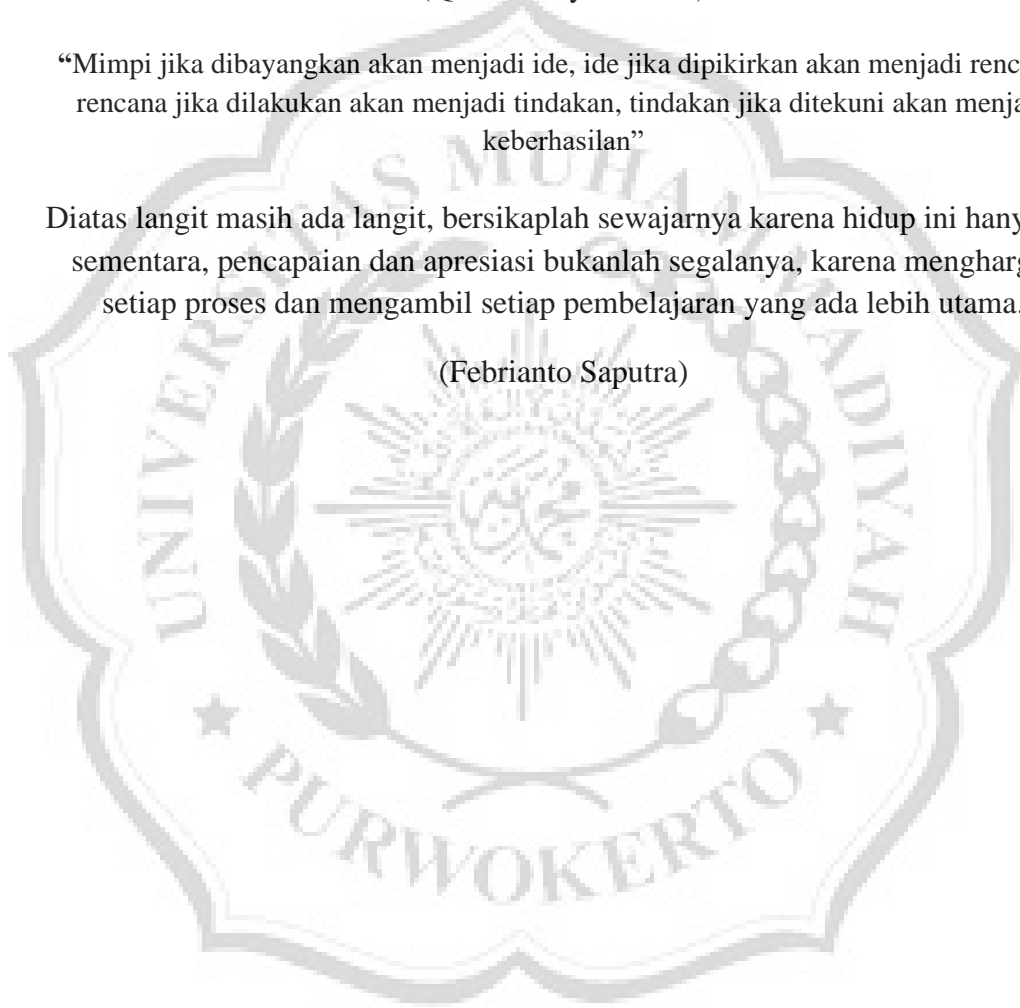
“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”

(Q.S Al-Insyiroh: 6-8)

“Mimpi jika dibayangkan akan menjadi ide, ide jika dipikirkan akan menjadi rencana, rencana jika dilakukan akan menjadi tindakan, tindakan jika ditekuni akan menjadi keberhasilan”

Diatas langit masih ada langit, bersikaplah sewajarnya karena hidup ini hanyalah sementara, pencapaian dan apresiasi bukanlah segalanya, karena menghargai setiap proses dan mengambil setiap pembelajaran yang ada lebih utama.

(Febrianto Saputra)



## PERSEMBAHAN



### **Kupersembahkan skripsi ini kepada :**

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Rahayu Dwi Purwanto dan Ibu Tri Astuti) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Kakak saya tersayang (Rahayu Ika Artini) sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Agung Miftahudin, S.E., M.Si, dan Restu Frida Utamu, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Totok Haryanto, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Mahasiswi konsumen hijab Rabbani, terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen D 2017 dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
11. Teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 25 Agustus 2022

Febrianto Saputra

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB RABBANI**

(Studi Pada Mahasiswi di Purwokerto)

**Febrianto Saputra<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: [febriantosaputra55@gmail.com](mailto:febriantosaputra55@gmail.com)

**Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: [ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, *brand equity*, dan keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 130 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, *brand image*, dan *brand equity* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. Kemudian *brand image* dan *brand equity* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial.

Kata kunci : kualitas produk, *brand image*, *brand equity*, keputusan pembelian.

# **INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND BRAND EQUITY ON THE PURCHASE DECISION OF HIJAB RABBANI**

(Study on Students in Purwokerto)

**Febrianto Saputra<sup>1</sup>**

Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: [febriantosaputra55@gmail.com](mailto:febriantosaputra55@gmail.com)

**Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM<sup>2</sup>**

Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: [ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, brand image, brand equity, and purchasing decisions. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria, there were 130 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that product quality, brand image, and brand equity simultaneously affect purchasing decisions. Product quality does not have a positive effect on purchasing decisions partially. Then brand image and brand equity have a positive effect on purchasing decisions partially.*

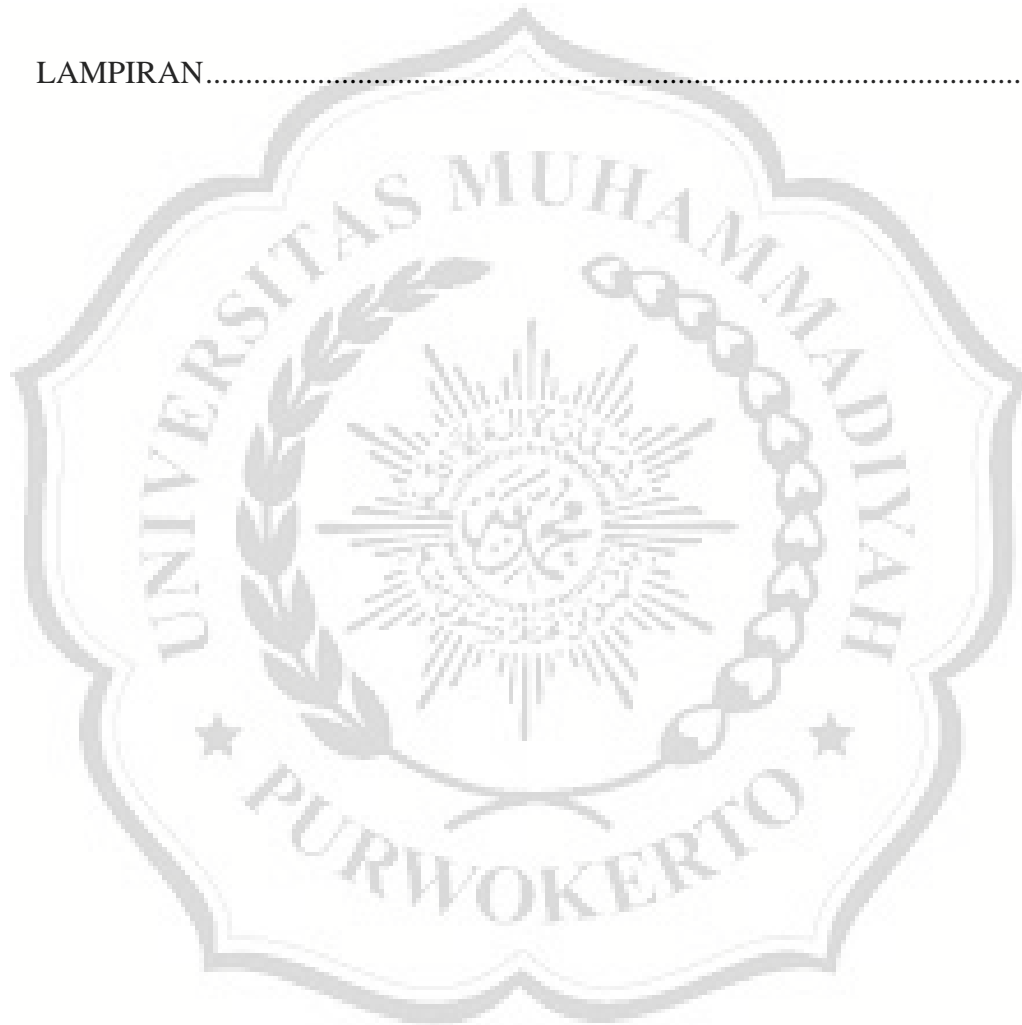
*Keywords: product quality, brand image, brand equity, purchasing decisions.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen .....	12
2. Kualitas Produk.....	13
3. <i>Brand Image</i> .....	16
4. <i>Brand Equity</i> .....	18
5. Keputusan Pembelian.....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Pemikiran .....	32
D. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN .....	37
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
3. Jenis dan Sumber Data.....	41
C. Metode Pengumpulan Data .....	41
1. Kuesioner (Angket).....	41
D. Variabel Penelitian .....	43
1. Variabel independen.....	43
2. Variabel dependen.....	43
E. Definisi Operasional .....	44
F. Metode Analisis Data.....	45
1. Uji Instrumen Data.....	45
2. Uji Asumsi Klasik .....	47
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	49
4. Uji Kecocokan Model .....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	56
A. Hasil Penelitian.....	56
1. Gambaran umum CV. Rabbani Asysa (Rabbani) .....	56
2. Nilai-nilai yang diterapkan CV. Rabbani Asysa (Rabbani).....	58
B. Deskripsi Responden .....	60
1. Response Rate .....	60
2. Karakteristik Responden .....	61
C. Analisis Data.....	65
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	65
2. Uji Instrumen Data.....	72
3. Uji Asumsi Klasik.....	76
4. Analisis Uji Regresi Linier Berganda .....	80
5. Uji Kecocokan Model .....	81
D. Pembahasan .....	88

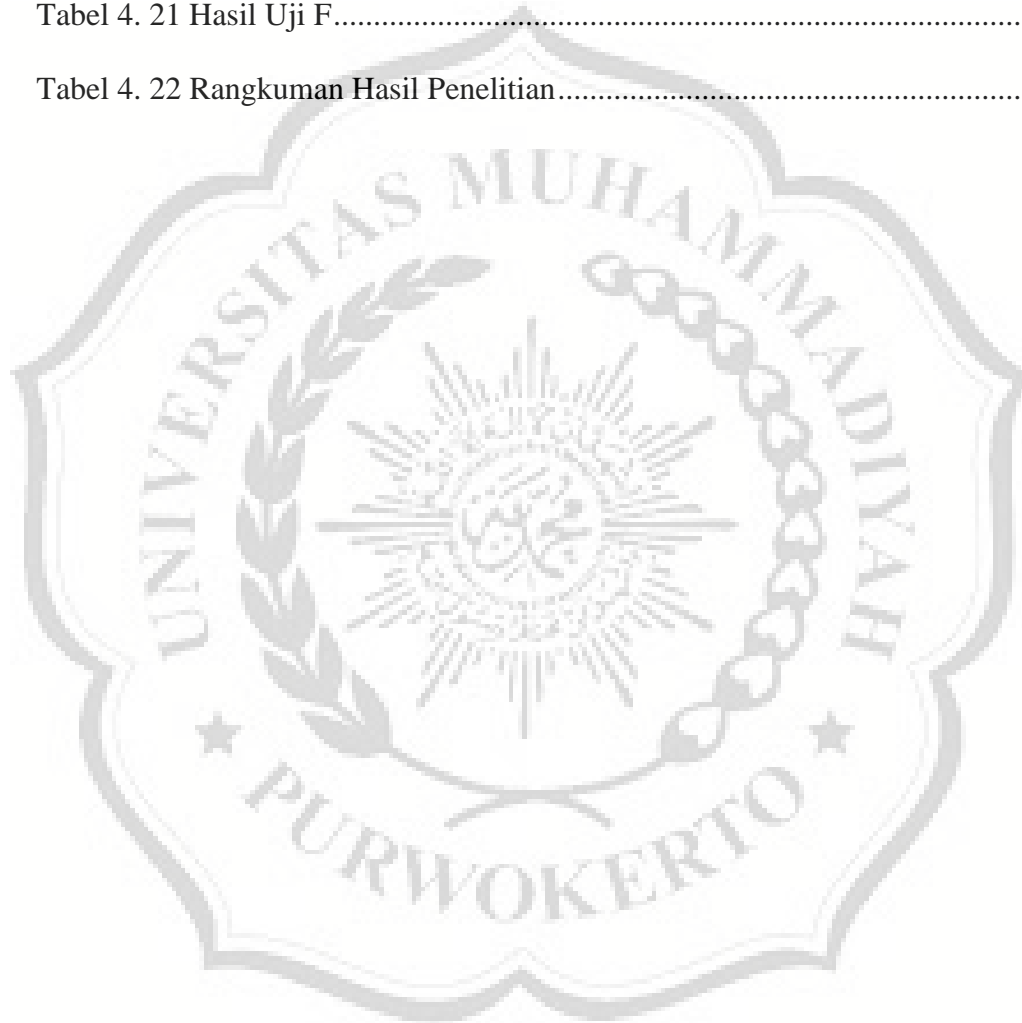
BAB V PENUTUP .....	94
A. Kesimpulan .....	94
B. Keterbatasan.....	94
C. Saran .....	95
 DAFTAR PUSTAKA .....	 98
 LAMPIRAN.....	 102



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penghargaan Top Brand Index (TBI) Kategori Kerudung Bermerek.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswi di Tiga Perguruan Tinggi di Purwokerto Pada Tahun 2021.....	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	44
Tabel 4. 1 Response Rate.....	61
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4. 3 Perguruan Tinggi Responden.....	62
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	63
Tabel 4. 5 Pendapatan perbulan.....	64
Tabel 4. 6 Intensitas Pembelian.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	68
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Equity</i> .....	69
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas <i>Brand Equity</i> .....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas.....	77

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4. 22 Rangkuman Hasil Penelitian.....	87



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Kurva Uji F Hipotesis Kesatu .....	84
Gambar 4. 2 Kurva Uji Hipotesis Kedua .....	85
Gambar 4. 3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	86
Gambar 4. 4 Kurva Uji Hipotesis Keempat .....	86



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : KUESIONER PENELITIAN .....	103
Lampiran 2: DATA DESKRIPSI RESPONDEN .....	108
Lampiran 3: HASIL STATISTIK DISKRIPITIF ANALISIS RESPONDEN.....	119
Lampiran 4: DATA MENTAH KUESIONER .....	121
Lampiran 5: ANALISIS STATISTIK DESKRIPITIF .....	134
Lampiran 6: HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	135
Lampiran 7: HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	139
Lampiran 8: UJI REGRESI BERGANDA .....	142
Lampiran 9: HASIL UJI KECOCOKAN MODEL .....	142
Lampiran 10: R TABEL .....	143
Lampiran 11: F TABEL .....	147
Lampiran 12: T TABEL.....	149