

**ATRIBUT PRODUK, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND HIJAB RABBANI* DI
PURWOKERTO
(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

**SAYID ABDUL KHAMID
1702010152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Atribut Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Brand Hijab Rabbani Di Purwokerto**

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)



SKRIPSI

Sayid Abdul Khamid

1702010152

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Arini Hidayah', is written over a faint circular watermark of the university logo.

Arini Hidayah, SE.,M.Si

NIK. 2160341

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Sayid Abdul Khamid
NIM : 1702010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Atribut Produk, Gaya Hidup, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Brand Hijab Rabbani Di Purwokerto (Study Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si.

(Arini Hidayah)

Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji R, S.E., M.Si.

(Tri Septin Muji R)

Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si.

(Purnadi)

Ditetapkan di Purwokerto

Tanggal : 08 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Assoc. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sayid Abdul Khamid
NIM : 1702010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber pihak yang dikutip maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

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

Purwokerto, 08 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Sayid Abdul Khamid

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Sayid Abdul Khamid
NIM : 1702010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Meyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Atribut Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Brand Hijab Rabbani Di Purwokerto (Study Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, 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: 08 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Sayid Abdul Khamid

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Ambilah Kebaikan dari Apa yang Dikatakan, Jangan Melihat Siapa yang Mengatakan”

(Nabi Muhammad SAW)

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

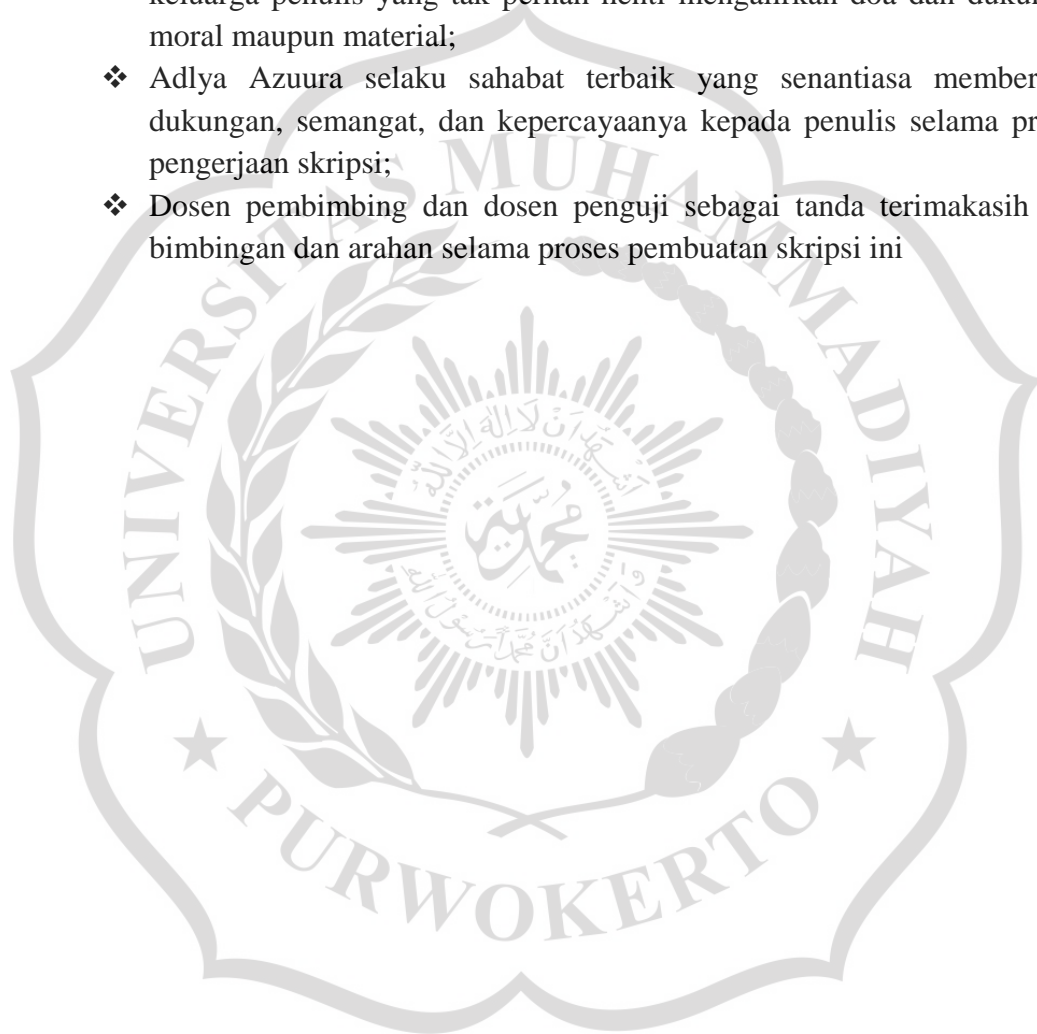
(Umar Bin Khattab)

**“PENGETAHUAN YANG BAIK ADALAH YANG MEMBERI MANFAAT,
BUKAN HANYA DIINGAT”**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Allah SWT yang selalu memberikan nikmat taufik dan hidayah-Nya.
- ❖ Orang tua saya (Bapak Supriyanto dan Alm. Ibu Yuli Dwi Astuti) dan keluarga penulis yang tak pernah henti mengalirkan doa dan dukungan moral maupun material;
- ❖ Adlya Azuura selaku sahabat terbaik yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan kepercayaanya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi;
- ❖ Dosen pembimbing dan dosen penguji sebagai tanda terimakasih atas bimbingan dan arahan selama proses pembuatan skripsi ini



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen 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. Assoc. Prof. Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Drs. Suyoto, M.Si, PhD selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Dra. Tri Septin Muji R,S.E., M.Si. yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
6. Purnadi, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;

7. Totok Haryanto, S.E., MM. selaku dosen Pembimbing Akademik saya;
8. Bapak/ibu dosen seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan mendo'akan anak mu ini untuk menjadi orang yang sukses dunia dan akhirat;

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin

Purwokerto, 08 Agustus 2024

Penulis

Sayid Abdul Khamid

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK, GAYA HIDUP, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* HIJAB *RABBANI* DI PURWOKERTO

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Oleh:

SAYID ABDUL KHS MID

1702010152

Keputusan pembelian sering dilakukan oleh konsumen berdasarkan keinginan dan kebutuhannya. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah atribut produk. Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Faktor lain yang sangat diperhatikan oleh konsumen adalah *brand image*. *Brand image* merupakan hal utama yang paling sering dilihat oleh konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berbentuk asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, gaya hidup, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *brand* hijab Rabbani. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 120 sampel yang terdiri dari 55 mahasiswa Unsoed, 35 Mahasiswa UMP, dan 30 mahasiswa IAIN Purwokerto. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan Atribut produk, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian brand hijab Rabbani pada mahasiswa perguruan tinggi di Purwokerto, ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} = 27,406 > F_{tabel} = 2,68$. Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand hijab Rabbani pada mahasiswa perguruan tinggi di Purwokerto. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} = 4,967 > t_{tabel} = 1,65810$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada brand hijab Rabbani pada mahasiswa perguruan tinggi di Purwokerto. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} = 2,474 > t_{tabel} = 1,65810$. Dan Citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand hijab Rabbani pada mahasiswa perguruan tinggi di Purwokerto. Hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} = 5,108 > t_{tabel} = 1,65810$. Dengan besar pengaruh *Adjusted R Squared* sebesar 40%.

Kata Kunci: **Atribut Produk, Gaya Hidup, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES, LIFESTYLE, AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS OF RABBANI HIJAB
BRAND IN PURWOKERTO**
(Study on Higher Education Students in Purwokerto)

By:
SAYID ABDUL KHSMID
1702010152

Purchase decisions are often made by consumers based on their wants and needs. Factors that influence purchasing decisions are product attributes. Product attributes are product elements that are considered important by consumers and are used as the basis for making purchasing decisions. Another factor that influences purchasing decisions is lifestyle. Lifestyle is a person's way of life in the world which is expressed in their activities, interests, and opinions. Another factor that consumers pay close attention to is brand image. Brand image is the main thing that is most often seen by consumers in influencing purchasing decisions.

This study uses a quantitative method in the form of associative which aims to determine the effect of product attributes, lifestyle, and brand image on purchasing decisions for the Rabbani hijab brand. The sample in this study used purposive sampling with a total of 120 samples consisting of 55 Unsoed students, 35 UMP students, and 30 students of IAIN Purwokerto. The analysis used is multiple linear regression processed using SPSS.

The results of this study indicate that product attributes, lifestyle, and brand image simultaneously influence purchasing decisions for the Rabbani hijab brand for college students in Purwokerto, this is evidenced by the value $F_{value} = 27,406 > F_{table} = 2,68$. Product attributes have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Rabbani hijab brand for university students in Purwokerto. This is evidenced by the value $t_{value} = 4,967 > t_{table} = 1,65810$. There is a positive and significant influence of lifestyle on purchasing decisions on the Rabbani hijab brand for college students in Purwokerto. This is evidenced by the value $t_{value} = 2,474 > t_{table} = 1,65810$. And brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions on the Rabbani hijab brand for college students in Purwokerto. This is evidenced by the value $t_{value} = 5.108 > t_{table} = 1,65810$. With a large influence of Adjustment R Squared of 40%.

Keywords: Product Attributes, Lifestyle, Brand Image, and Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah	7
C. Pembatasan masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil penelitian terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Kerangka pemikiran	25
E. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Populasi dan sampel.....	27

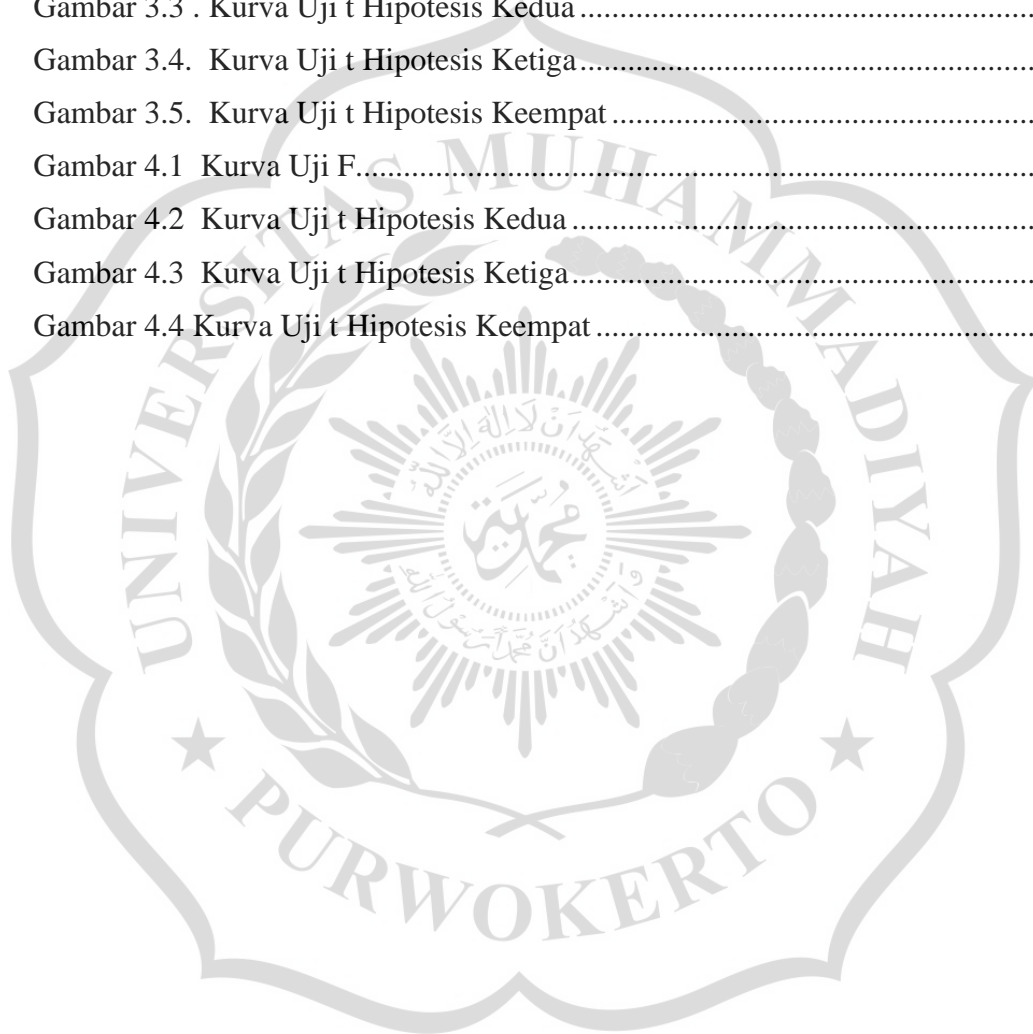
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Variabel Penelitian	31
E. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	32
F. METODE ANALISIS DATA.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN	48
A. Sejarah Singkat Rabbani	48
B. <i>Respon Rate</i>	51
C. Karakteristik Responden	51
D. Uji Statistik Deskriptif	53
E. Hasil Analisis dan Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN.....	75
A. Simpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand</i>	1
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa di Tiga Perguruan Tinggi di kota Purwokerto	28
Tabel 3.2 Banyaknya Kuesioner yang disebar bedasarkan Universitas	30
Tabel 3.3 DEFINISI OPERASIONAL	33
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i>	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	53
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Atribut Produk	54
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Gaya Hidup	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Citra Merek	56
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.16 Tabel Hasi Uji <i>Adjustmen R-Square</i>	65
Tabel 4.17 Hasil Uji F	66
Tabel 4.18 Hasil Uji T	67
Tabel 4.19 Kesimpulan Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1. Kurva Uji F.....	41
Gambar 3.2. Kurva Uji t.....	43
Gambar 3.3 . Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	44
Gambar 3.4. Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	46
Gambar 3.5. Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	47
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	67
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	68
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	69
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Data Uji Coba Validitas dan Reliabilitas.....	92
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	105
Lampiran 4. Distribusi Jawaban Responden.....	109
Lampiran 5. Statistik Deskriptif.....	122
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	123
Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	124
Lampiran 8 Surat Bebas Plagiasi dan Hasil Turnitin.....	125

