

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING*, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK AMDK “SANTRI” TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN MUSLIM SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh:

Alfi Nur Khoiriyah

NIM : G94217140



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI EKONOMI SYARIAH

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya (Alfi Nur Khoiriyah, G94217140), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelas akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, maupun perguruan yang lain.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar keputusan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gela yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan nama dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Surabaya, 11 November 2021

Saya yang menyatakan,



Alfi Nur Khoiriyah
NIM. G94217140

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Alfi Nur Khoiriyah NIM: G94217140 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 17 Desember 2021

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bakhrul Huda', written over a horizontal line.

Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005

LEMBAR PENGESAHAN

Sripsi yang ditulis oleh Alfi Nur Khoiriyah NIM G94217140 ini telah dipertahankan dan disetujui oleh didepan sidang Majelis Seminar Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada tanggal 7 Januari 2022. Hasil skripsi dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I/Pembimbing



Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005

Penguji II



Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, MM.
NIP. 197608022009122002

Penguji III



Deasy Tantriana, MM
NIP. 198312282011012009

Penguji IV



Rianto Anggerah Wicaksono, S.T., M.SEI.
NIP. 198508222019031011

Surabaya, 21 Januari 2022
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ALFI NUR KHOIRIYAH
NIM : G94217140
Fakultas/Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : alfikhairiyah1403@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Sekripsi ☒ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengembangan Islamic branding, Harga dan kualitas produk AMDK Santri
Terhadap Minat beli Konsumen Muslim Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Maret 2025

Penulis



(ALFI NUR KHOIRIYAH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Islamic Branding*, Harga, dan Kualitas Produk AMDK “Santri” Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Sidoarjo**” ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab apakah terdapat pengaruh signifikan atau simultan pada variabel *Islamic Branding*, harga, dan kualitas produk AMDK Santri terhadap minat beli konsumen muslim Sidoarjo.

Subjek penelitian ini adalah konsumen muslim AMDK Santri. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan syarat responden beragama Islam dan pernah mengonsumsi air mineral Santri. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda menggunakan SPSS 25.0. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan).

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Islamic Branding* berpengaruh terhadap minat beli. Pada variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} 1,425 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,158 > 0,05$. Dan pada kualitas memiliki pengaruh secara parsial. Ketiga variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen muslim dengan hasil f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($23,767 > 2,47$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dari ketiga variabel bebas, *Islamic branding* berpengaruh paling dominan dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,322 atau 32,2% dan untuk variabel kualitas bernilai R^2 sebesar 31,7% terhadap minat beli (Y).

Kata kunci: *Islamic Branding, Harga, Kualitas, Minat Beli*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
A. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Konseptual	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN	50
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	50

1. Gambaran Umum Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Santri.....	50
2. Gambaran Umum Responden	51
B. Analisis Data	53
1. Distribusi Frekuensi Item Kuesioner	53
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4. Uji Regresi Linear.....	62
5. Uji Hipotesis	64
BAB V	69
PEMBAHASAN	69
A. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> , Harga, dan Kualitas Produk AMDK Santri Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Sidoarjo	69
B. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> , Harga, dan Kualitas Produk AMDK Santri Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Sidoarjo.....	75
BAB VI	77
PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Distribusi Sumber Air Minum Kota Sidoarjo Tahun 2009-2019 .	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Gaji	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Islamic Branding</i> (X_1).....	53
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2).....	54
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas (X_3)	55
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas (Y)	56
Tabel 4 9 Uji Validitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Islamic Branding</i>	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Parsial)	66
Tabel 4 20 Hasil Uji F (Simultan).....	68

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
--	----



DAFTAR PUSTAKA

- Abu al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi al-Naisaburi. (2003). Sahih Muslim. Beirut. Dar al-Fikr.
- Akil, M. Z. (2015). Branding Dalam Sejarah Ekonomi Islam. *Ijtihad: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 9(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/ijtihad.v9i1.2566>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Inuversitas Diponegoro.
- Fortuna, I. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua dalam Perspektif Islam*. UIN Raden Intan Lampung.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro.
- Haqiqi, I. Ak. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo 6000ml di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Hidayati, D. A. (2018). *Analisis pengaruh Islamic branding dan nilai religiusitas terhadap keputusan konsumen muslim dalam pemilihan hotel: studi kasus pada Hotel Semesta Semarang*. UIN Walisongo Semarang.
- Huda, B. (2021). Bisnis Ritel Pesantren. In A. Elsi (Ed.), *Abda Publisher* (1st ed.). Abda.
- Karim, A. (2012). *Ekonomi Mikro Islam*. Rajawali Press.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Terpadu.
- Prawirosentono, S. (2002). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Bumi Aksara.
- Ranto, D. W. P. (2016). Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2).
- Rianto, M. N., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Kencana Prenada Grup.
- Rohmah, N. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo*. Universitas Thaha Saifuddin Jambi.
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Light

Education Center (Nlec) Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 3(2), 521–527.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3856/3647>

Tajriyan, A. (2020). *Pengaruh Etos Kerja dan Motivasi Kerja Islam terhadap Karyawan pada Reny Swalayan-Ku Bratang Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Andi Offset.

Wardani, H. S. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat beli Konsumen Muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang* (Vol. 53, Issue 5). Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Wicaksono, S. A. (2015). *Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*. Universitas Negeri Semarang.

Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A