

**PENGARUH ISLAMIC BRANDING, ISLAMIC ADVERTISING, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO  
SUNSILK HIJAB  
(Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : DEFANI SETIA RAMADHANI**

**19.1041.1046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2023**

**PENGARUH ISLAMIC BRANDING, ISLAMIC ADVERTISING, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO  
SUNSILK HIJAB  
(Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : DEFANI SETIA RAMADHANI**

**19.1041.1046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2023**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Defani Setia Ramadhani

NIM : 1910411046

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul Pengaruh Islamic Branding, Islamic Advertising, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Sunsilk Hijab (Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember), adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini, penulis buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan daripihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hokum, jika ternyata kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 26 Juni 2023

Yang menyatakan,



Defani Setia Ramadhani

NIM. 19.1041.1046

**SKRIPSI**

**PENGARUH ISLAMIC BRANDING, ISLAMIC ADVERTISING, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO  
SUNSILK HIJAB  
(Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember)**



Oleh : DEFANI SETIA RAMADHANI  
19.10411.046

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Nursaidah, SE., MM.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Nursaidah'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Rusdiyanto'.



## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Islamic Branding, Islamic Advertising, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Sunsilk Hijab (Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 14 Juli 2023  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember  
Nama : Defani Setia Ramadhani  
NIM : 1910411046

Tim Penguji

Dr. Haris Hermawan., SE., MM.  
NPK. 1968101011503640

Anggota 1



Nursaidah, SE., MM.  
NPK. 1985060111509637

Anggota 2



Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I.  
NPK. 1991012811703792

Mengesahkan :

Dekan



Maheni Ika Sari, S.E., M.M.  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.  
NPK. 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis limpahkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga. Terima kasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.
2. Kedua orang tua ku tercinta Ayah Suyudiono dan Ibu Lina Dwi Susanti yang senantiasa memberi dukungan, dan doa terbaik yang tiada henti untuk kesuksesan saya, selalu menyemangati dalam segala hal, serta cinta dan kasih sayang yang tulus.
3. Saudara kembarku Defana Setia Ramadhani yang senantiasa mendukung dan menyemangati. Serta berjuang bersama-sama untuk meraih gelar Sarjana Manajemen.
4. Ibu Nursaidah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesuksesan dan kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesuksesan dan kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Haris Hermawan., SE., MM. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta pengarahan hingga menyempurnakan skripsi ini.
7. Para mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019 – 2021 yang telah membantu penelitian skripsi ini terima kasih sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya.
8. Untuk teman-teman saya yang ada di grup Proposal terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi, semoga kalian selalu bahagia dan dilancarkan urusannya.
9. Teman-teman saya di BKP terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi, semoga kalian selalu bahagia. Terutama salah satu teman saya di BKP terima kasih banyak telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Untuk teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen 2019 terima kasih batuan dan kerja samanya selama ini serta semangat yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk untuk para customer terima kasih banyak yang sudah membeli dagangan usaha saya yang baru saja saya mulai bersama saudara kembarku dan adik keponakanku di pertengahan bulan Mei ini semoga rejekinya sama-sama dilancarkan.
12. Semua pihak yang sudah membantu penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.

## MOTTO

*“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”*

**(QS. Al-Baqarah : 153)**

*“Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”*

**(QS. Al-Hadid : 4)**

*“Demi Allah yang jiwaaku berada di tangan-Nya, seseorang tidak beriman hingga ia mencintai saudaraya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri..”*

**(Nabi Muhammad SAW)**

*“Dan ketahuilah, sesungguhnya kemenangan itu beriringan dengan kesabaran. Jalan keluar beriringan dengan kesukaran. Dan sesudah kesulitan, pasti akan datang kemudahan.”*

**(HR. Tirmidzi)**

*“Ketika memulai sesuatu mulailah dengan ikhlas maka insyaallah akan memberikan hasil yang maksimal”*

**(Defani S.R)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis limpahkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Islamic Branding, Islamic Advertising, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Sunsilk Hijab (Studi Kasus Konsumen Shampo Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Jember)”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan, dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM. selaku kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Nursaidah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan memberikan saran, bimbingan, dan pengarahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan, dan pengarahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Haris Hermawan. SE., MM. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini.
7. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengkarapkan kritik dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 14 Juli 2023

Penulis

Defani Setia Ramadhani



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.3 Islamic Branding .....	9
2.1.4 Islamic Advertising .....	12
2.1.5 Religiusitas .....	13
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	21
2.4 Hipotesis .....	21
2.4.1 Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.4.2 Pengaruh Islamic Advertising Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	23
3.3 Desain Penelitian .....	25
3.4 Jenis Data .....	25
3.4.1 Data Primer .....	25
3.4.2 Data Sekunder .....	25
3.5 Populasi .....	26
3.6 Sampel .....	26

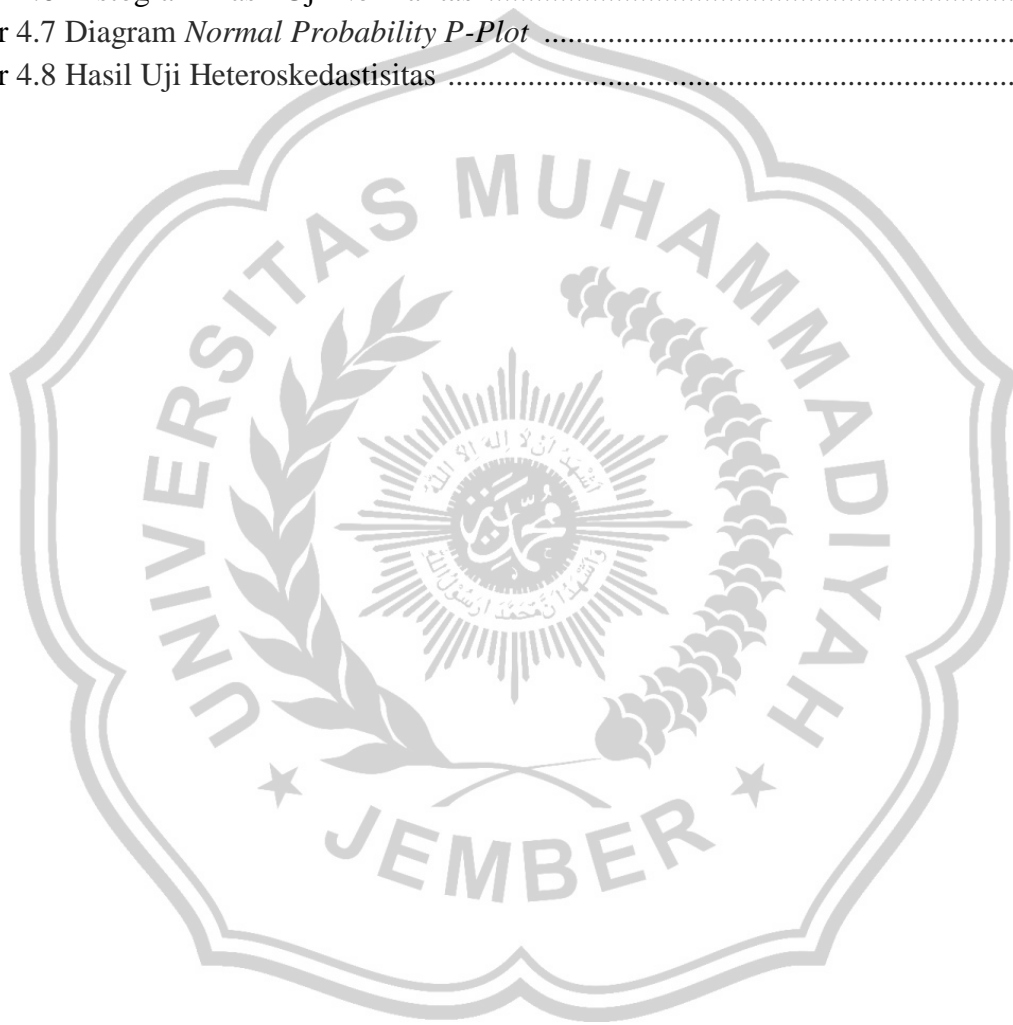
3.7 Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.8.1 Observasi .....	26
3.8.2 Kuesioner .....	27
3.9 Teknik Analisis Data .....	27
3.9.1 Uji Instrumen Data .....	27
3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda .....	28
3.9.3 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.9.4 Uji Hipotesis .....	29
3.9.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Objek Dan Subjek Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	36
4.2 Hasil Analisis Data .....	37
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif .....	37
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel / Uji Kualitas Data .....	40
4.2.3 Uji Instrumen Data .....	45
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
4.2.5 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.2.6 Uji Hipotesis .....	51
4.2.7 Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
4.3 Pembahasan .....	53
4.3.1 Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.3.2 Pengaruh Islamic Advertising Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.3.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Shampo .....	3
Tabel 1.2 Data Survei Mahasiswi Menggunakan Shampo Sunsilk Hijab .....	4
Tabel 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	16
Tabel 2.2 Faktor Perilaku Konsumen .....	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Jumlah Kuesioner .....	27
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Program Studi .....	38
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Varian Shampo Sunsilk Hijab .....	39
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Ukuran Kemasan Shampo .....	39
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Lama Memakai .....	40
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Islamic Branding (X1) .....	40
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Islamic Advertising (X2) .....	42
Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Religiusitas (X3) .....	43
Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1 Logo Unilever .....	32
Gambar 4.2 Sunsilk Hijab Refresh Anti Dandruff .....	34
Gambar 4.3 Sunsilk Hijab Recharge Refresh & Volume .....	34
Gambar 4.4 Sunsilk Hijab Refresh Hair Fall Solution .....	35
Gambar 4.5 Iklan Shampo Sunsilk Hijab .....	35
Gambar 4.6 Histogram Hasil Uji Normalitas .....	49
Gambar 4.7 Diagram <i>Normal Probability P-Plot</i> .....	49
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	63
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	65
Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner .....	69
Lampiran 4 Uji Validitas .....	73
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	77
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	78
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
Lampiran 8 Uji Hipotesis .....	82
Lampiran 9 Rtabel .....	83
Lampiran 10 Ttabel .....	87
Lampiran 11 Dokumentasi .....	90

