

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI  
LABELISASI HALAL TERHADAP NIAT BELI MINUMAN  
FAYROUZ PADA KONSUMEN MUSLIM  
DI SURABAYA DAN SIDOARJO**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**ADELIA ZULFANI  
2016710021**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI  
LABELISASI HALAL TERHADAP NIAT BELI MINUMAN  
FAYROUZ PADA KONSUMEN MUSLIM  
DI SURABAYA DAN SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**ADELIA ZULFANI  
2016710021**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2020**

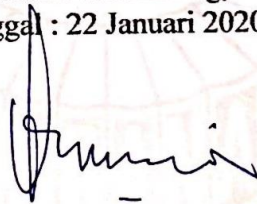
**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI  
LABELISASI HALAL TERHADAP NIAT BELI MINUMAN  
FAYROUZ PADA KONSUMEN MUSLIM  
DI SURABAYA DAN SIDOARJO**

Diajukan oleh :

**ADELIA ZULFANI  
NIM : 2016710021**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 22 Januari 2020



**(Dra. Lindiawati, M,M)**  
**NIDN : 0704086902**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI  
LABELISASI HALAL TERHADAP NIAT BELI MINUMAN  
FAYROUZ PADA KONSUMEN MUSLIM  
DI SURABAYA DAN SIDOARJO**

Disusun oleh :

**ADELIA ZULFANI**  
**NIM : 2016710021**

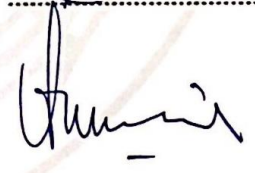
Dipertahankan di depan Tim Penguji dan  
dinyatakan Lulus Ujian Skripsi pada  
tanggal 03 Februari 2020

Tim penguji,

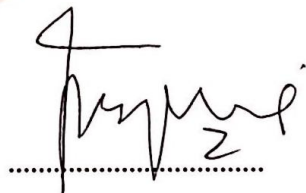
**Ketua** : Dr. Dra.Ec. Wiwiek Lestari, M.Si



**Sekretaris** : Dra. Lindiawati, M.M



**Anggota** : Emma Julianti, S.E.,MM.




## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adelia Zulfani  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Juni 1998  
NIM : 2016710021  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi Labelisasi Halal terhadap Niat Beli Minuman Fayrouz pada Konsumen Muslim di Surabaya dan Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing  
Tanggal: 03 Februari 2020



**(Dra. Lindiawati, M.M)**  
**NIDN : 0704086902**

Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah  
Tanggal: 03/Februari 2020



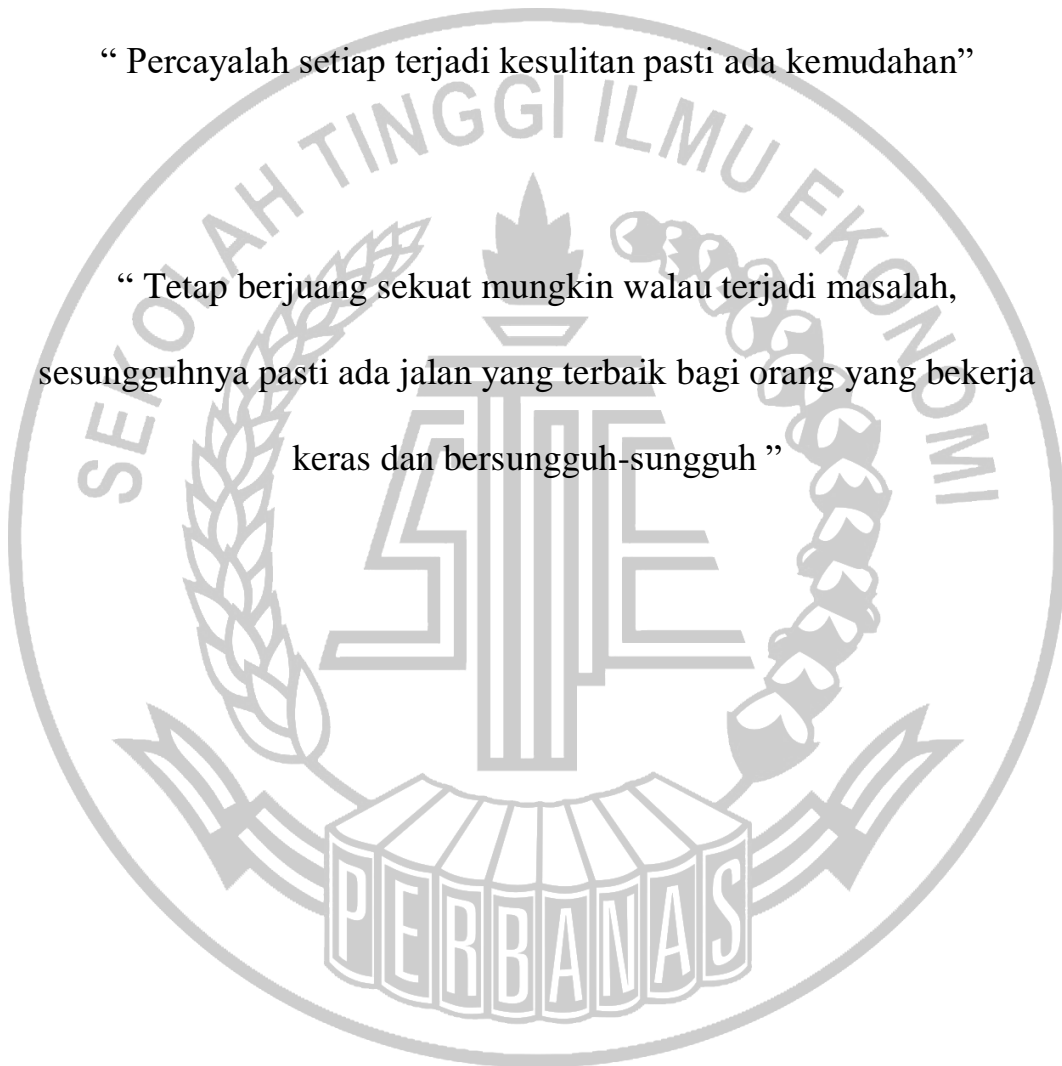
**(Dr. Dra.Ec. Wiwiek Lestari, M.Si)**

## MOTTO

“ Hidup itu pilihan, lakukan hari ini atau menyesal dikemudian hari ”

“ Percayalah setiap terjadi kesulitan pasti ada kemudahan”

“ Tetap berjuang sekuat mungkin walau terjadi masalah,  
sesungguhnya pasti ada jalan yang terbaik bagi orang yang bekerja  
keras dan bersungguh-sungguh ”



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memudahkan segala urusan saya dan mengabulkan doa-doa saya, selalu menjadi tempat untuk berserah diri ketika terjadi masalah, tempat untuk menyampaikan segala keluhan saya dan tempat untuk bersujud menyampaikan rasa syukur dan harapan di masa yang akan datang.

Persembahan pertama adalah persembahan spesial untuk kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi lebih dari apapun yaitu Tonny Koerfani dan Lis Zulaikha yang senantiasa mendoakan saya dan tidak henti-hentinya membantu dikalasya susah dan terjadi masalah, yang selalu menemani hingga larut malam ketika saya mengerjakan sesuatu dan selalu memberikan semangat ketika saya sedang lelah dan ingin menyerah. Saya yakin keberhasilan di setiap langkah saya adalah doa dari kedua orang tua saya.

Persembahan kedua untuk kakak kandung saya yaitu Silfia Zulfani dan Rizal Zulfani yang selalu membantu saya ketika sedang kesulitan dalam mengerjakan sesuatu, yang selalu membimbing saya ketika saya sedang merasa kebingungan dan selalu memberikan semangat serta doa yang tidak pernah habis untuk saya.

Persembahan ketiga untuk sahabat saya yaitu Monica Rusiyantoro yang selalu mendukung saya dalam segala hal, yang selalu memberikan solusi ketika saya sedang berada dalam kesulitan, yang selalu menemani saya sampai larut malam dalam pengerjaan skripsi ini, yang selalu mendengarkan keluhan saya dan selalu ada ketika saya sedang membutuhkan dukungan.

Persembahan keempat untuk teman seperjuangan saya yaitu Dita Putri Daneswari, S.M., Celia Yuhan Rezem, S.M., Dinda Annisa Rahayu, S.M., Windy Cindyana, S.M., Salsa Yuli Astuti, S.M., Ayu Karina, S.E., Chantya Ananda Rizky, S.E., Septiana Sinta Rahayu, S.E., yang selalu membantu ketika saya sedang mengalami kesulitan, yang selalu berjuang bersama dalam pengerjaan skripsi ini, yang menemani saya dalam mengerjakan revisi sampai terselesaikannya skripsi ini, yang selalu hadir ketika saya sidang sempro dan sidang akhir skripsi.

Persembahan kelima untuk rekan-rekan Prodi S1 Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang sudah berjuang dan sukses bersama selama 3,5 tahun ini, yang sudah menyempatkan hadir ketika saya sidang sempro dan sidang akhir skripsi. Semangat bagi rekan-rekan saya yang sedang menempuh mata kuliah skripsi dan selamat bagi yang telah menyelesaikannya.

Persembahan terakhir untuk rekan-rekan seperbimbingan saya yaitu Nurul Fatima dan Farida Rahmalia yang saling memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, yang saling membantu ketika sedang merasa kesulitan dan yang telah berjuang bersama sejak awal dalam pengerjaan skripsi ini sampai dinyatakan lulus.

Saya sangat berterima kasih kepada orang yang selalu ada disetiap perjalanan hidup saya. Terima kasih telah baik kepada saya dan selalu membantu ketika saya sedang merasa kesulitan. Semoga kita selalu diberikan kemudahan dan kesuksesan dijalan kita masing-masing. Saya harap untuk pertemanan kita tidak berhenti sampai kelulusan ini saja. Amiin YRA☺♥



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan program skripsi ini dengan judul *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Niat Beli Minuman Fayrouz Pada Konsumen Muslim Di Surabaya Dan Sidoarjo*.

Tujuan penulisan program skripsi ini adalah untuk melengkapi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan Sarjana Program Studi Ekonomi Syariah di STIE Perbanas Surabaya. Sehubungan dengan ini penulis pada kesempatan ini menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Lindiawati, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah
2. Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
3. Dr. Dra.Ec. Wiwiek Lestari, M.Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah STIE Perbanas Surabaya
4. Seluruh karyawan STIE Perbanas Surabaya yang turut membantu dalam penyelesaian administrasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini

Disamping ini penulis menyadari bahwa program skripsi ini jauh dari pada kesempurnaan dan kekurangan baik dari segi penjelasan maupun dalam penulisan kata dan bahasanya. Untuk itu penulis berharap dengan kerendahan hati menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun untuk menambah

kesempurnaan penulisan program skripsi ini. Akhir kata semoga program skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna lainnya.

Surabaya, 03 Februari 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Batasan Penelitian .....	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	43
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	52
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	52
4.2 Analisis Data.....	58
4.3 Pembahasan .....	75

BAB V PENUTUP .....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	83
5.3 Saran.....	83
DAFTAR RUJUKAN .....	
LAMPIRAN .....	



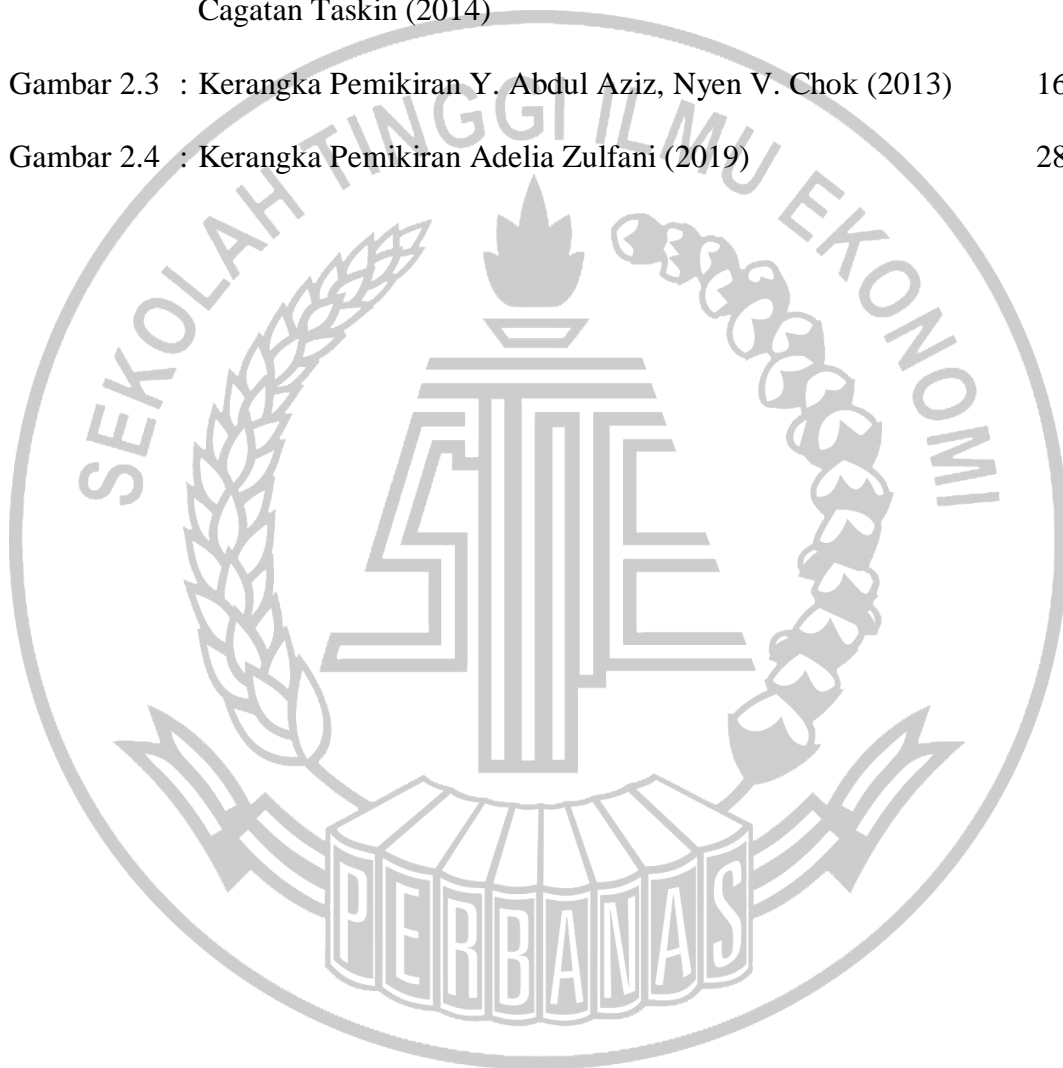
## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Tingkat Laju Penjualan Di Indonesia	3
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Peneliti Sekarang	17
Tabel 3.1 : Skala Penilaian Pernyataan	35
Tabel 3.2 : Instrumen Penelitian	39
Tabel 4.1 : Proses Pengambilan Sampel	52
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	54
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen Fayrouz	55
Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Konsumsi	56
Tabel 4.9 : Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Rasa	56
Tabel 4.10 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Penemuan	57
Tabel 4.11 : Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	57
Tabel 4.12 : Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen Produk Lain Sejenis	58
Tabel 4.13 : Interval Kelas	59
Tabel 4.14 : Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	60
Tabel 4.15 : Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek	61
Tabel 4.16 : Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal	62
Tabel 4.17 : Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli	63

Tabel 4.18	: Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	64
Tabel 4.19	: Hasil Uji Validitas Sampel Besar	65
Tabel 4.20	: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	67
Tabel 4.21	: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	67
Tabel 4.22	: Hasil Perhitungan Uji Normalitas	68
Tabel 4.23	: Hasil Perhitungan Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.24	: Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.25	: Uji Durbin-Watson	70
Tabel 4.26	: Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.27	: Koefisien Determinasi (R) Simultan	73
Tabel 4.28	: Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	73
Tabel 4.29	: Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t)	74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Logo Halal Majelis Ulama Indonesia	6
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran C. Calvo Porral, Mark F. Lang (2014)	13
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Gulnil Aydin, Aybeniz Akdeniz Ar, Cagatan Taskin (2014)	15
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Y. Abdul Aziz, Nyen V. Chok (2013)	16
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Adelia Zulfani (2019)	28



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Analisis Deskriptif

Lampiran 5 : Uji Validitas

Lampiran 6 : Uji Reliabilitas

Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 : Hasil Regresi Linier Berganda

Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis  $R^2$ , Uji T dan Uji F

Lampiran 10: Dokumentasi





**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND PERCEPTION  
OF HALAL LABELING ON PURCHASE INTENTIONS OF  
FAYROUZ DRINKS ON MUSLIM CONSUMERS  
IN SURABAYA AND SIDOARJO**

**Adelia Zulfani**

2016710021

STIE Perbanas Surabaya

Email : adeliazulfani@gmail.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of brand image, brand trust and halal labeling perceptions of purchase intentions. This model was developed and applied to Fayrouz brand carbonation drinks in Surabaya and Sidoarjo which are consumed by Muslims. In this study using descriptive analysis, the classic assumption test and multiple linear regression analysis supported by SPSS 16. Data were collected through a survey by distributing questionnaires administered by researchers as many as 104 respondents of Muslim consumers. The sampling technique used in this study uses purposive sampling (judgment sampling). The independent variables in this study are brand image, brand trust and halal labeling. The dependent variable in this study is purchase intention. The results of this study revealed that brand image, brand trust and halal labeling were significantly positive for the purchase intention of Fayrouz drinks in Muslim consumers in Surabaya and Sidoarjo.*

**Keywords: Brand Image, Brand Trust, Halal Labeling, Purchase Intentions, Carbonated Drink Products, Fayrouz, Surabaya, Sidoarjo**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PERSEPSI  
LABELISASI HALAL TERHADAP NIAT BELI MINUMAN  
FAYROUZ PADA KONSUMEN MUSLIM  
DI SURABAYA DAN SIDOARJO**

**Adelia Zulfani**

2016710021

STIE Perbanas Surabaya

Email : adeliazulfani@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan persepsi labelisasi halal terhadap niat beli. Model ini dikembangkan dan diterapkan pada minuman karbonasi merek Fayrouz di Surabaya dan Sidoarjo yang dikonsumsi oleh orang muslim. Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda yang didukung oleh SPSS 16. Data dikumpulkan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner yang dikelola oleh peneliti sebanyak 104 responden konsumen muslim. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (judgment sampling). Variabel independen pada penelitian ini adalah citra merek, kepercayaan merek dan labelisasi halal. Variabel dependen pada penelitian ini adalah niat beli. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa citra merek, kepercayaan merek dan labelisasi halal berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli minuman Fayrouz pada konsumen muslim di Surabaya dan Sidoarjo.

**Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Labelisasi Halal, Niat Beli, Produk Minuman Karbonasi, Fayrouz, Surabaya, Sidoarjo**