

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI
KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH**

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN 2022 M/1443 H

ABSTRAK

AULIA NOVIANTI. NIM 1808204079. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, 2022.

Aulia Novianti (1808204079) : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Daya Beli Konsumen Terhadap Bedak Wardah (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati” dibawah bimbingan Bapak Edy Setiawan dan Bapak Achmad Otong Bustomi. Tujuan penelitian untuk mengetahui; a) pengaruh citra merek terhadap minat daya beli konsumen b) pengaruh kualitas produk terhadap minat daya beli konsumen c) pengaruh promosi terhadap minat daya beli konsumen d) pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap minat daya beli konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sample yang digunakan dalam ini sebesar 82 responden berasal dari mahasiswi jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat daya beli konsumen bedak Wardah. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat daya beli konsumen.

Kata Kunci : Citra, Kualitas, Promosi, Daya Beli.

ABSTRACT

AULIA NOVIANTI. NIM 1808204079. "FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE POWER INTEREST TO WARDAH POWDER (Study of Islamic Economics Major IAIN Syekh Nurjati Cirebon)", 2022.

Aulia Novianti (1808204079): "Factors Affecting Consumers' Purchasing Power Interest in Wardah Powder (Study on Islamic Economics Student IAIN Syekh Nurjati" under the guidance of Mr. Edy Setiawan and Mr. Achmad Otong Bustomi. The purpose of this research is to determine; a) the influence of brand image on consumer purchasing power interest b) influence of product quality on consumer purchasing power interest c) influence of promotion on consumer purchasing power interest d) influence of brand image, product quality and promotion on consumer purchasing power interest.

The research method used is multiple linear regression analysis. The data used in this study is primary data. The sample used in this study amounted to 82 respondents from students majoring in Islamic Economics at IAIN Sheikh Nurjati Cirebon.

This study shows that the variables of brand image, product quality, and promotion simultaneously affect the purchasing power of Wardah powder consumers. The results of this study also show that brand image, product quality and promotion partially have a positive and significant effect on consumer purchasing power interest.

Keywords: Image, Quality, Promotion, Purchasing Power.

الملخص

العوامل التي تؤثر على القوة الشرائية للمستهلكين في مسحوق " : Aulia Novianti (1808204079) دراسة عن طالب الاقتصاد الإسلامي (وردة IAIN Syekh Nurjati"

الغرض من Edy Setiawan والسيد Achmad Otong Bustomi. بتوجيه من السيد تأثير صورة العلامة التجارية على مصلحة القوة الشرائية (هذا البحث هو تحديد ؛ أ تأثير الترويج (تأثير جودة المنتج على مصلحة القوة الشرائية للمستهلك ج (للمستهلك ب تأثير صورة العلامة التجارية وجودة المنتج والترويج (على القوة الشرائية للمستهلك د على مصلحة القوة الشرائية للمستهلك

البيانات المستخدمة في هذه طريقة البحث المستخدمة هي تحليل الانحدار الخطي المتعدد مبحوثاً من طلاب 82 وبلغت العينة المستخدمة في هذه الدراسة . الدراسة هي بيانات أولية . الشیخ نورجاتی سیریبون IAIN تخصص الاقتصاد الإسلامي بمعهد

توضح هذه الدراسة أن متغيرات صورة العلامة التجارية وجودة المنتج والترويج تؤثر في تظاهر نتائج هذه الدراسة أيضاً أن . آن واحد على القوة الشرائية لمستهلكي مسحوق وردة صورة العلامة التجارية وجودة المنتج والترويج لها تأثير إيجابي وهام جزئي على مصلحة القوة الشرائية للمستهلك .

الكلمات الرئيسية الصورة والجودة والترويج والقوة الشرائي : ة

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI
KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH**

(Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah (ES)

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

AULIA NOVANTI

NIM : 1808204079

Pembimbing :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Edy Setiawan, Lc., MA

NIP. 197704052005011003

H. Achmad Otong Bustomi, Lc.,M.Ag

NIP. 197312232007011022

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara Aulia Novianti, NIM : 1808204079 dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati)". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Edy Setiawan, Lc., MA

NIP. 197704052005011003

H. Achmad Opong Bustomi, Lc., M.Ag

NIP. 197312232007011022

Mengetahui :



Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, oleh Aulia Nevianti, NIM : 1808204079, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 01 April 2022

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirahmannirahim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**", merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu pernyataan memperoleh gelar strata satu (SI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Cirebon, Maret 2022



Aulia Novianti

NIM. 1808204079



Dipindai dengan CamScanner

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Aulia Novianti, dilahirkan di Jakarta pada tanggal 29 November 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Saebun dan Ibu Tintin Rustini. Penulis bertempat tinggal di Perumahan Lembah Griya Indah Blok F4 No.21 Rt 02 Rw 09 Kelurahan Cipayung Jaya Kecamatan Cipayung Kota Depok.

Jenjang pendidikan formal yang pernah penulis tempuh sebagai berikut :

1. TK Uswatun Hasanah (2004-2005)
2. SDN 01 Citayem (2005-2011)
3. SMPN 2 Bojong Gede (2011-2014)
4. MA. Nurul Furqon (2014-2017)

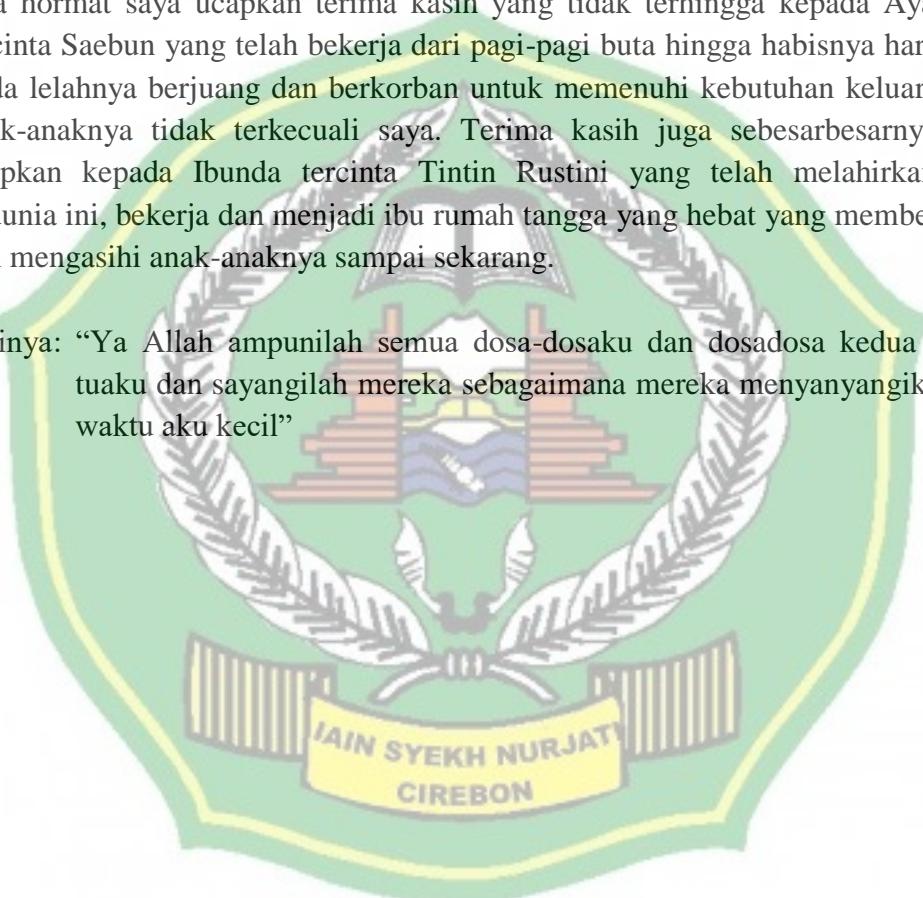
Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”**, dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc.,MA dan Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag.

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpangkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini, yang telah menguatkan pundak dan memudahkan langkah saya hingga sekarang. Dengan rasa hormat saya ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada Ayahanda tercinta Saebun yang telah bekerja dari pagi-pagi buta hingga habisnya hari, yang tiada lelahnya berjuang dan berkorban untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan anak-anaknya tidak terkecuali saya. Terima kasih juga sebesarbesarnya saya ucapan kepada Ibunda tercinta Tintin Rustini yang telah melahirkan saya kedunia ini, bekerja dan menjadi ibu rumah tangga yang hebat yang membesarkan dan mengasihi anak-anaknya sampai sekarang.

Artinya: “Ya Allah ampunilah semua dosa-dosaku dan dosadosa kedua orangtuaku dan sayangilah mereka sebagaimana mereka menyanyangiku pada waktu aku kecil”



MOTTO

*"Terus lah berbuat baik, sampai seseorang menyadari bahwa
kamu lah yang terbaik"*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan pencipta alam beserta isinya, yang selalu mencurahkan segala rahmat dan kekuatan-Nya untuk bergerak, berfikir, dan berkarya dalam menggapai ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BEDAK WARDAH (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Sholawat serta salam tetap selalu tercurah kepada Baginda Rasulillah Muhammad SAW. Semoga senantiasa kita mendapatkan syafa'atnya di akhir zaman nanti. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun, berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. Layaman, SE.,M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H.Achmad Otong Bustomi,Lc, M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. H. Edy Setiawan, Lc.,MA selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

- 
6. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, LC, M.Ag_Dosen Pembimbing II Skripsi yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
 7. Segenap Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dengan sabar dan ikhlas memberikan pendidikan dan pengajaran selama penulis menempuh studi.
 8. Terima kasih teruntuk kakak-kakak ku Alifani Amaliyah dan Adiana Mukhlis, serta saudara-saudara ku bi nunur, om arif, dan rara yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan materil dan non materil, memberikan semangat tiada henti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
 9. Sahabat-sahabatku Azizah, Sherly, Jihan, Widiya, Alya, Lia, Fawwaz, Khofifah, Uwi, Siska, Cantika, Ipeh, Lilis, Rianti yang telah menemani, mendukung, dan memotivasi yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 10. Seluruh teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.
 11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu selama proses penyelesaian skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terimakasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah swt. Amin. Penyusun bertanggung jawab secara akademik atas penulisan skripsi yang telah di teliti oleh penulis.

Cirebon, 14 Maret 2022

Aulia Novianti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAC	ii
الملخص.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PERSEMBERAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II MINAT DAYA BELI KONSUMEN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI	
A. Minat Daya Beli Konsumen.....	9
B. Citra Merek	11
C. Kualitas Produk.....	17
D. Promosi	22

E.	Penelitian Terdahulu	28
F.	Kerangka Pemikiran.....	41
G.	Hipotesis.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Metodologi Penelitian	44
B.	Waktu Penelitian	44
C.	Objek Penelitian.....	44
D.	Variabel Penelitian.....	44
E.	Definisi Operasional.....	44
F.	Populasi dan Sampel	45
1.	Populasi.....	47
2.	Sampel.....	47
G.	Data dan Sumber.....	47
1.	Data	48
2.	Sumber	48
H.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
1.	Kuesioner	49
2.	Studi Pustaka.....	49
I.	Teknik Analisis Data.....	49
1.	Instrumen dan Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
a.	Uji Validitas	50
b.	Uji reliabilitas.....	50
2.	Uji Asumsi Klasik	50
a.	Uji Normalitas.....	50
b.	Uji Multikolinieritas.....	51
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.	Regresi Linear Berganda.....	52
4.	Uji Hipotesis.....	53
a.	Uji T (Uji Simultan).....	53
b.	Uji F (Uji Parsial).....	53
5.	Koefisien Determinasi.....	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
B. Deskriptif Karakteristik Responden.....	58
1. Responden Berdasarkan Usia.....	58
2. Responden Berdasarkan Semester	59
3. Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	60
4. Deskripsi Data Penelitian	62
C. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
D. Analisis Uji Asumsi Klasik	71
1. Uji Normalitas.....	71
2. Uji Multikolinearitas	71
3. Uji Heteroskedastisitas.....	72
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
F. Uji Hipotesis.....	76
1. Uji T (Uji Parsial).....	76
2. Uji F (Uji Simultan)	80
G. Koefisien Determinasi.....	81
H. Pembahasan.....	82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Bedak Padat (2019-2021)	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 Profil Kelulusan	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Semester	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	61
Tabel 4.5 Interval Koefisien.....	62
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	65
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Daya Beli Konsumen	66
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Berganda.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Uji Parsial)	76
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Uji Simultan)	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Semester	60
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	61
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	92
Lampiran 2 Hasil Data Tabulasi	98
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	118
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	119
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	119
Lampiran 9 Surat Penelitian.....	120



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ş	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik dibawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ت	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Apostraf terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (——) untuk vokal *a*, *kasroh* (—) untuk vokal *i*, dan *dhummah* (—') untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *ayu* atau harakat *a* (*fathah*) diikuti *wawu* (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (*fathah*) diiringi huruf *ya'* (ي) *sukun* (mati).

Contoh vokal tunggal : كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap :

1. Fathah + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (اً).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

2. Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوْلَ ditulis haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) diatasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...اً	Fathah dan alif	â	a dengan garis di atas
أَي...	Atau fathah dan ya		
ي...يًّ	Kasrah dan ya	î	i dengan garis di atas
وُ...وًّ	Dammah dan wau	û	u dengan garis di atas

Contoh : قَالَ ditulis qâla
قَبْلَ ditulis qîla
يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh : رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ ditulis rauḍah al-atfāl
رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ ditulis raudatul atfāl

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ş** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **ئ**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh :	رَبَّنَا	ditulis	rabbanâ
	الْحُدُودُ	ditulis	al-haddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ا)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh : الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu
الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

2. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulis *al-*.

Contoh : **الْمَلِك** ditulis al-Maliku
الْقَلْمَنْ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

Hamzah (ሃ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn,

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh : البُخَارِيُّ ditulis al-Bukhârî
البَيْهَقِيُّ ditulis al-Baihaqî