PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Bahan Pertimbangan Penulisan Skripsi
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Ahsin Sakho Muhamad

1608203111

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2020 M / 1442 H

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Bahan Pertimbangan Penulisan Skripsi
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:
Ahsin Sakho Muhamad
1608203111

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2020 M / 1442 H

ABSTRAK

AHSIN SAKHO MUHAMAD. 1608203111. "PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON". Skripsi. 2020.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon, (2) pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon., dan (3) pengaruh *brand image* dan harga terhadap minat beli konsumen pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon. Dilatar belakangi seiring berkembangnya para pebisnis UMKM di Kota Cirebon khususnya di bidang kuliner, persaingan pun semakin ketat sehingga para pebisnis harus berfikir untuk berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memebeli produk MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 70 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji hipotesis(uji t dan uji F) dan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Hasil analisis secara parsial menunjukan bahwa variabel *brand image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y) pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon, (2) Hasil analisis secara parsial menunjukan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y) pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon, dan (3) Hasil analisis secara simultan menunjukka bahwa *brand image* (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada MaoMao Thai Tea di Kota Cirebon. Sebaiknya MaoMao Thai Tea perlu adanya media informasi tentang manfaat thai tea melalui brosur yang ditempel di otlet serta menekan serendah mungkin *cost* yang keluar tanpa mengurangi kualitas produk. Serta menambah media promosi yaitu dengan promosi dari mulut ke mulut.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

AHSIN SAKHO MUHAMAD. 1608203111. THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE ON CONSUMER BUYING INTEREST IN MAOMAO THAI TEA IN THE CITY CIREBON.

The objectives of this study are to determine: (1) the influence of brand image on the consumer purchase interest in MaoMao Thai Tea in Cirebon, (2) the effect of price on consumer purchase interest at MaoMao Thai Tea in Cirebon, and (3) the influence of brand image and the price on consumer purchase interest in MaoMao Thai Tea in Cirebon. Based on the background of the development of UMKM businessmen in Cirebon, especially in the culinary field, the competition is getting tighter, so that businessmen must think about how to find the right strategy in promoting their products.

This type of research is survey research with a quantitative approach. The population in this study was consumers who bought MaoMao Thai Tea products in Cirebon. The sampling technique used purposive sampling, to obtain a sample size of 70 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression, hypothesis testing (t test and F test), and determination test.

The results of this study indicate that: (1) The results of the partial analysis show that the brand image variable (X1) has a positive and significant effect to the consumer purchase interest (Y) variable at MaoMao Thai Tea in Cirebon, (2) The results of the partial analysis show that Price variable (X2) has a positive but insignificant effect on consumer purchase interest (Y) at MaoMao Thai Tea in Cirebon City, and (3) The simultaneous analysis results show that brand image (X1) and price (X2) simultaneously have a positive effect and significant to consumer purchase interest (Y) at MaoMao Thai Tea in Cirebon City. That will be better if MaoMao Thai Tea has media to give some information about the benefits of Thai Tea through brochures attached to the outlet. It can reduce the costs as low as possible without reducing product quality. As well as increasing promotional media, namely by word of mouth promotion.

Keywords: Brand Image, Price, Consumer Purchase Interest.

ملخص

أحسين ساخا محمد : ١٦٠٨٢٠٣١١١. تأثير صورة العلامة التجارية وسعر الفائدة لشراء المستهلكين في ماو ماو(MAOMAO) الشاي التايلاندي في مدينة سيربون ". ٢٠٢٠

الغرض من هذا البحث هو معرفة: (1) تأثير صورة العلامة التجارية على مصلحة المستهلكين في شراء الشاي ماو ماو التايلاندية في سيربون ، (2) تؤثر على سعر الفائدة في شراء المستهلكين في الشاي ماو ماو التايلاندية في سيربون.، و (3) تأثير صورة العلامة التجارية والسعر لمصلحة شراء المستهلكين في الشاي ماو ماو التايلاندية في مدينة سيربون. في الخلفية كما تطور رجال الأعمال في سيربون الشركات الصغيرة والمتوسطة ، وخاصة في مجال الطهي ، والمنافسة هي ضيقة على نحو متزايد بحيث رجال الأعمال يجب أن نفكر في محاولة لايجاد الاستراتيجية الصحيحة في تسويق المنتج.

هذا النوع من البحوث هو دراسة استقصائية مع نهج كمي. السكان في هذا البحث هو المستهلك الذي يشتري منتجات الشاي ماو ماو التايلاندية في مدينة سيربون. أسلوب أخذ العينات باستخدام أخذ العينات وا السبعين، بحيث تم الحصول على عدد من العينات يصل إلى 70 شخصا. وقد اختبرت تقنيات جمع البيانات باستخدام الاستبيانات صلاحيتها وموثوقيتها. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي الانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضيات (اختبار T واختبار F) وتحديدات الاختبار.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن: (1) تشير نتائج التحليل الجزئي إلى أن متغير صورة العلامة التجارية (X1) له تأثير إيجابي وكبير على متغير مصلحة المستهلك (Y) في شاي ماومو التايلاندي في مدينة سيربون، (2) تشير نتائج التحليل الجزئي إلى أن متغير السعر (X2) إيجابي ولكنه ليس ذا أهمية لمتغير فائدة المستهلك (Y) في شاي ماو ماو التايلاندي في سيربون ، و (3) نتائج التحليل المتزامنة تبين أن صورة العلامة التجارية (X1) والسعر (X2) في وقت واحد لها تأثير إيجابي وكبير على مصلحة في شراء المستهلكين (Y) في الشاي التايلاندية ماو ماو في سيربون. نوصي بأن ماو ماو التايلاندية الشاي بحاجة إلى معلومات وسائل الإعلام حول فوائد الشاي التايلاندي من خلال كتيبات لصق في منافذ والضغط على أقل تكلفة ممكنة التي تأتي دون الحد من جودة المنتج. كما يضيف وسائل الإعلام الترويجية مع كلمة من الترويج الفم.

الكلمات الرئيسية: صورة العلامة التجارية، السعر، شراء الفائدة المستهلك.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IAMGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh

Ahsin Sakho Muhamad
NIM. 1608203111

Pembimbing:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Mohamad Ghozali, ME.Sy.	**H. Saeful Bakhri, SE., M.Si**
NIP. 19840121 201203 1 005	**NIP. 19731125 201411 1 002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760301 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **Ahsin Sakho Muhamad, NIM. 1608203111**, dengan judul **"PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON"**. Kami sepakat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqasyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Mohamad Ghozali, ME.Sy.	**H. Saeful Bakhri, SE., M.Si**
NIP. 19840121 201203 1 005	**NIP. 19731125 201411 1 002**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760301 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON"** oleh **Ahsin Sakho Muhamad, NIM: 1608203111,** telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada hari Kamis, 27 Agustus 2020

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

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang,	Sekretaris Sidang,
Eef Saefulloh, M.Ag **NIP. 19760301 200312 1 003**	**Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si** **NIP. 19730107 200901 2 001**
Penguji I,	Penguji II,
Dr. H. Achmad, M.Ag **NIP. 19670208 199303 1 003**	**Dr. Rita Kusumadewi, SE, M.M** **NIP. 19840422 201101 2 018**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahim.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	**: Ahsin Sakho Muhamad**
NIM	**: 1608203111**
Tempat Tanggal Lahir	**: Cirebon, 13 Mei 1998**
Alamat	**: Blok Pahing, RT 001/RW 003 Desa Karangsembung Kecamatan Karangsembung Kabupaten Cirebon, Jawa Barat (45186).**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON"** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 12 Agustus 2020

Saya yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

6000

ENAM RIBU RUPIAH

<u>Ahsin Sakho Muhamad</u>

NIM. 1608203111

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ahsin Sakho Muhamad dilahirkan di Cirebon pada tanggal 13 Mei 1998. Penulis dilahirkan dan dibesarkan oleh pasangan Bapak Ahmad Mudakir dan Ibu Ida Parida Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Blok Pahing RT/RW : 001/003 Desa Karangsembung Kecamatan Karangsembung Kabupaten Cirebon – Jawa Barat.

Jenjang pendidikan yang ditempuh adalah:

1. TK Teratai pada tahun (2003-2004)
2. SDN 2 Kubangkarang pada tahun (2004-2010)
3. SMPN 1 Karangsembung pada tahun (2010-2013)
4. SMAN 1 Lemahabang pada tahun (2013-2016)
5. S1 Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tahun (2016-2020)

Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S-1) Program studi Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul **"PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON",** dibawah bimbingan Bapak Mohamad Ghozali, ME.Sy dan Bapak H. Saeful Bakhri, SE., M.Si. Penulis juga aktif dalam organisasi, yaitu:

1. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) (2018-2019)
2. Generasi Baru Indonesia (GenBI) Cirebon periode (2018-2020)
3. Generasi Baru Indonesia (GenBI) Jawa Barat periode (2019-2021)

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Kupersembahkan karya ini teruntuk orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Bapak dan Ibu tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang tiada henti setiap waktu memberikan doa, dukungan, nasehat dan segala perhatian cinta kasih yang teramat besarnya untuk anakmu ini, yang tak pernah mengenal lelah mencari nafkah untuk menyekolahkan anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana, yang rela banting tulang pagi hingga malam demi anakmu ini sehingga aku bisa sampai pada tahap ini, yang tiada mungkin kubalas seluruh cucuran keringat dan rasa lelah papah dan mamah hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia karena ku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih baik. Terima kasih Bapak. Terima kasih Ibu.. semoga kalian senantiasa diberikan kesehatan, umur panjang, dan selalu dalam keberkahan-Nya..

Untuk Keluarga besarku bapak Ahmad Mudakir dan Ibu Ida Parida dan terutama adikku Tercinta Abdul Faqih terima kasih atas support yang telah berikan, kamu menjadi penyemangatku untuk segera menyelesaikan gelar sarjana ini. Semoga kalian selalu menjadi keluarga yang berbahagia dan diridhoi oleh Allah SWT.

Untuk Para Sahabatku Keluargaku Majelis Yasin Fadhiah dan CCBC terima kasih atas support, nasehat tempat diskusi, tempat berbagi rasa suka dan duka. Terima kasih juga Keluarga Besar Generasi Baru Indonesia (GenBI) Cirebon terutama temen sekamar, sekasur, seperjuangan sekretariat GenBI Cirebon Toto, Jaylani, dan Mulyadi yang telah menemani makna perjuangan di GenBI Cirebon yang penuh liku-liku. Terimakasih juga kepada Pengurus UKM HIPMI PT periode 2017-2019 yang sekarang menjadi UKM Senjapreneur,. Terimakasih Keluarga besar kelas Perbankan Syariah C angkatan 2016 yang selama Empat tahun ini selalu memberi kebahagiaan dan keceriaan yang penuh kisah kasih yang sangat indah dan bermakna selama perjalanan kuliah.

MOTTO

"YOU CAN IF YOU THINK YOU CAN"

"WA MAA ALLADZATU ILLAA BA'DA ATTA'AB"

"Jika Gagal, Coba Lagi.

Jika Salah, Perbaiki.

Jika Menyerah, semuanya SELESAI"

(Penulis)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُاللهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِوَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَامُحَمَّدٍوَاٰلِه وَصَحْبِهِ اَجْمَعِيْنَ
اَمَّابَعْدُ

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat,karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAOMAO THAI TEA DI KOTA CIREBON"**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Cirebon.

Suatu kebanggaan yang tak terkira bagi diri saya dapat menyelesaikan penyususan skripsi ini tepat pada waktunya. Saya sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada bapak dan ibu, Ahmad Mudakir dan Ida Parida terimakasih atas doa, kasih sayang, serta adikku Abdul Faqih atas dukungan dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayang kalian akan selalu aku rindukan dan abadikan. Terimakasih juga kepada :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani., M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Bapak Mohamad Ghozali, ME.Sy., selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

5. Bapak H. Syaeful Bakhri, SE., M.Si., selaku dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta bimbingan sejauh ini.
8. Kedua Orangtuaku yang selalu mensupport dan mendoakan tanpa henti.
9. *Owner* MaoMao Thai Tea Cirebon mas Agus Nurrohman Shiddiq yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kelas Perbankan Syariah C angkatan tahun 2016 yang telah mengukirkan kisah kasih yang sangat indah serta kelas berbagi fikiran diskusi di bangku perkuliahan selama 4 tahun.
11. Keluarga Besar Generasi Baru Indonesia (GenBI) dan Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KpwBI) Cirebon yang telah memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat dan berarti serta pengembangan diri selama kuliah.
12. Keluarga Besar Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) yang telah memberikan pengalaman, dukungan serta semangat.
13. Keluarga Besar Majelis Yasin Fadhilah yang telah memberikan dukungan serta semangat
14. Kelompok KKN 34 Luwungbata 2019 yang telah memberikan dukungan serta semangat.
15. Kawan-kawan CCBC yang telah mewarnai pengalaman.
16. Seluruh teman-teman yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Cirebon.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran

yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin, Jazakumullahu khairul jaza, Wassalamu'alaikum.wr.wb

Cirebon, 12 Agustus 2020
Penyusun

Ahsin Sakho Muhamad
1608203111

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

الملخص iii

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iv

NOTA DINAS v

LEMBAR PENGESAHAN vi

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....vii

DAFTAR RIWAYAT HIDUP viii

KATA PERSEMBAHAN ix

MOTTO x

KATA PENGANTAR.....xi

DAFTAR ISI.....xiv

DAFTAR GAMBAR.....xvii

DAFTAR TABEL.....xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

PEDOMAN TRANSLITERASI xx

BAB 1 PENDAHULUAN 1

- **A. Latar Belakang**.....1
- **B. Rumusan Masalah**.....6
  1. Identifikasi Masalah 6
  2. Pembatasan Masalah 6
  3. Pertanyaan Penelitian 6
- **C. Tujuan Penelitian**.....7
- **D. Manfaat Penelitian** 7
- **E. Sistematika Penulisan** 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....9

- **A. Landasan Teori**.....9

1. *Brand Image* 9
2. Harga 12
3. Minat Beli Konsumen.....17

B. Penelitian Terdahulu 23

C. Kerangka Pemikiran.....30

D. Hipotesis Penelitian.....32

BAB III METODE PENELITIAN 33

A. MetodePenelitian..... 33

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 33
2. Data, Sumber Data dan Pengumpulan Data 33
3. Variabel Penelitian 36
4. Operasional Variabel Penelitian 36
5. Tempat dan Waktu Penelitian 40
6. Populasi dan Sampel..... 41
7. Uji Instrumen Penelitian..... 43
8. Uji Asumsi Klasik 44
9. Uji Hipotesis 46
10. Analisis Regresi Linear Berganda 47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 49

A. Gambaran Umum dan Deskriptif Objek Penelitian 49

1. Gambaran Umum MaoMao Thai Tea 49
2. Profil MaoMao Thai Tea Cirebon 49
3. Struktur Organisasi MaoMao Thai Tea Cirebon 50

B. Karakteristik Responden 51

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 52
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 53

C. Instrumen Penelitian 54

1. Uji Validitas 54

2. Uji Reliabilitas 55
D. Analisi Deskriptif 56
1. Analisis Deskriptif Variabel *Brand Image* (X_1)..... 57
2. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X_2)..... 59
3. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Konsumen (Y) 61
E. Uji Asumsi Klasik 63
1. Uji Normalitas..... 61
2. Uji Multikolonieritas..... 65
3. Uji Heteroskedastisitas 66
4. Uji Autokorelasi.....67
F. Analisis Regresi Linear Berganda 68
G. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 71
H. Uji Hipotesis..... 72
1. Uji t 72
2. Uji F 74
I. Pembahasan Penelitian 75
1. Pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen..... 76
2. Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen 76
3. Pengaruh *brand image* dan harga terhadap minat beli konsumen..... 77

BAB V PENUTUP 79

A. Kesimpulan..... 79
B. Saran..... 79

DAFTAR PUSTAKA 81

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM Kota Cirebon Tahun 2013-1019.....2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....31
Gambar 4.1 Grafik normal probability plot Uji Normalitas 65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas 67

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Industri Kreatif terhadap PDB 1
Tabel 1.2 Jenis Usaha UMKM Kota Cirebon Tahun 2019.....3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 23
Tabel 3.1 Kriteria Instrumen Penelitian.....35
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....37
Tabel 3.3 Tingkat Kepercayaan 42
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Usia Responden.....51
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden 52
Tabel 4.3 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden 52
Tabel 4.4 Karakteristik Jenis Pendapatan Responden.....53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel (X_1), (X_2), (Y) Kriteria (n-2) = 70-2 = 6 8, r tabel = 0,2352.....54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas (X_1), (X_2) dan (Y).....56
Tabel 4.7 Tingkat Capaian Responden 57
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Mengnai Variabel *Brand Image* (X_1).....57
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Mengnai Variabel Harga (X_2) 60
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Mengnai Variabel Minat Beli Konsumen (Y)..62
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas 64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....66
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi 68
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda 68
Tabel 4.15 Hasil Uji Pengaruh.....70
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi 71
Tabel 4.17 Uji t Variabel X_1 dan X_2 Terhadap Y.....72
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 Data Kuesioner
Lampiran 3 Data Tabulasi
Lampiran 4 Hasil Uji Validits
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas
Lampiran 7 Hasil Uji Multikoleniaritas
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedestisitas
Lampiran 9 Hasil Uji Autokorelasi
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Lampiran 11Hasil Uji Pengaruh
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 13 Tabel r
Lampiran 14 Tabel t
Lampiran 15 Tabel Durbin Watson
Lampiran 16 Surat Keputusan Dekan FSEI
Lampiran 17 Surat Pengntar Penelitian
Lampiran 18 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran 19 Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 20 Foto Dokumentasi Penelitian

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

PEDOMAN LITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam translterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan translterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ś a	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ṣ	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣ a	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	hamzah	’	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tungga atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

   Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

   Contoh :

   كَتَبَ = *kataba*

   سُءِلَ = *su’ila*

   حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

   Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ ـي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَ ـو	fathah dan wau	Au	a dan u

   Contoh :

   كَيْفَ = kaifa

   قَوْلَ = *qaula*

3. *Maddah*

   Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـا	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
ـَـي	fathah dan ya	I	i dan garis atas
ـُـو	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَلَ سُبْحاَ نَكَ = qala subhanaka

اِذَ قاَلَ نُو سُفُ لِاَ بِيْهِ = *iz qala yusufu li abihi*

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

a. *Ta Marbutah* Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah,* dan *dammah,* transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta Marbutah* Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَ وْضَهُ ا لْاَ طفَالْ = raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلْحَهُ = *talhah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّناَ = rabbana

نُعِّمَ = *nu'_ 'ima*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ا ل. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ś	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Ź	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

اَ لدَّ هْرُ =ad-dahru اَ لشَّمْسُ =asy-syamsu

اَ لْنَمْلُ =*an-namlu* اَ للَّيْلُ =*al-lailu*

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruh *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	ḥ	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	–’	13.	ه	H

7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

اَ لْقَمَرُ =al-qamaru

اَ لْفَقْرُ =al-faqru

اَ لْغَبْبُ =al-gaibu

اَ لْعَنْنُ =al-‘ainu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*. Contoh :

شَىْئٌ	=	*syai’un*	أُمِرْتُ	=	*umirtu*
إِنَّ	=	*inna*	أَكَلَ	=	*akala*

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kta benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيْمُ الْخَلِيْل =*ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil*

بِسْمِ اللهِ مَجْر ىهَا وَمُرْسهَا =*Bissmillahi majraha wa mursaha*

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini hurus tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka

yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ الاَّرَسُوْلٌ = *Wa ma Muhammad illa rasul*

اَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِنْنَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatuka dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

لِلّهِ ا لْاَمْرُ جَمِنْعًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَنْئ عَلِنْمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON