

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB
MAJALENGKA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh

HABIEB MAULANA YUSUF

NIM : 1608203106



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN AKADEMIK 2021 M/1442 H

ABSTRAK

Habieb Maulana Yusuf, NIM: 1608203106, “PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA”.

Perkembangan dunia pasar hijab saat ini menimbulkan persaingan pasar yang sangat ketat antar pengusaha hijab dan berkompetisi menarik konsumen dengan memberikan produk yang beranekaragam dan berkualitas. Untuk memenangkan persaingan Elzatta memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen hingga mereka menjadi loyal terhadap produk yang dijual oleh Elzatta. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat konsumen adalah inovasi produk. Elzatta hijab menggunakan Brand Ambassador sebagai perwakilan produk untuk membuat daya tarik iklan secara emosional

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Ambassador dan Inovasi Produk Terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Sampel pada penelitian ini adalah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS version 26.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan *Brand Ambassador* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka dengan nilai signifikansi 0,000 dan Inovasi Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan variabel *Brand Ambassador* dan Inovasi Produk bersama-sama mempengaruhi Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka sebesar 59,1% dan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Inovasi Produk, Minat Konsumen

ABSTRACT

Habieb Maulana Yusuf, NIM: 1608203106, "INFLUENCE OF AMBASSADOR BRAND AND PRODUCT INNOVATION ON CONSUMER INTEREST OF ELZATTA HIJAB MAJALENGKA".

The current development of the hijab market world creates very tight market competition between hijab entrepreneurs and competes to attract consumers by providing diverse and quality products. To win the competition Elzatta pays attention to the needs and desires of consumers, and tries to fulfill their expectations, so as to be able to provide satisfaction to consumers so that they become loyal to the products sold by Elzatta. One of the factors thought to influence consumer interest is product innovation. Elzatta hijab uses a Brand Ambassador as a product representative to create an emotional ad appeal

This study aims to determine the effect of brand ambassadors and product innovation on consumer interest in Elzatta Hijab in Majalengka. This study uses quantitative methods with data collection techniques through observation, distributing questionnaires and documentation. The sample in this study was 100 people. The data analysis technique used is multiple linear regression using the SPSS version 26 application.

The results of this study show that Brand Ambassador partially has a positive and significant influence on Elzatta Hijab Consumer Interest in Majalengka with a significance value of 0.000 and Product Innovation partially has a positive and significant influence on Elzatta Hijab Consumer Interest in Majalengka with a significance value of 0.000. Simultaneously, the Brand Ambassador and Product Innovation variables together affect Elzatta Hijab Consumer Interest in Majalengka by 59.1% and the remaining 40.9% is influenced by other factors.

Keywords: Brand Ambassador, Product Innovation, Consumer Interest

الملخص

حبيب مولانا يوسف ، نيم: 1608203106 ، "تأثير العلامة التجارية للسفير وابتكار المنتجات على مصلحة المستهلك في الزاتة حجاب Majalengka".

يخلق التطور الحالي لعالم سوق الحجاب منافسة شديدة في السوق بين رواد أعمال الحجاب ويتنافس على جذب المستهلكين من خلال توفير منتجات متنوعة وعالية الجودة. للفوز بالمنافسة ، تولي الزاتا اهتماماً باحتياجات ورغبات المستهلكين ، وتحاول تلبية توقعاتهم ، حتى يكونوا قادرين على إرضاء المستهلكين حتى يصبحوا مخلصين للمنتجات التي تبيعها الزاتا. أحد العوامل التي يعتقد أنها تؤثر على اهتمام المستهلك هو ابتكار المنتجات. تستخدم Elzatta hijab سفير العلامة التجارية كممثل منتج لخلق جاذبية إعلانية عاطفية

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير سفير العلامة التجارية وابتكار المنتجات على اهتمامات المستهلكين من الزاتا حجاب في منطقة Majalengka. تستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية مع تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة وتوزيع الاستبيانات والتوثيق. كانت العينة في هذه الدراسة 100 شخص. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي الانحدار الخطي المتعدد باستخدام تطبيق SPSS الإصدار 26.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن سفير العلامة التجارية له تأثير إيجابي وهام جزئياً على اهتمام مستهلك Elzatta Hijab في Majalengka بقيمة معنوية قدرها 0.000 وأن ابتكار المنتجات له تأثير إيجابي وهام جزئي على اهتمام المستهلك Elzatta Hijab في Majalengka مع قيمة مهمة من 0.000. في الوقت نفسه ، تؤثر متغيرات سفير العلامة التجارية وابتكار المنتجات معاً على اهتمام مستهلك Elzatta Hijab في Majalengka بنسبة 59.1٪ وتتأثر نسبة 40.9٪ المتبقية بعوامل أخرى.

الكلمات المفتاحية: سفير العلامة التجارية ، ابتكار المنتجات ، اهتمام المستهلك

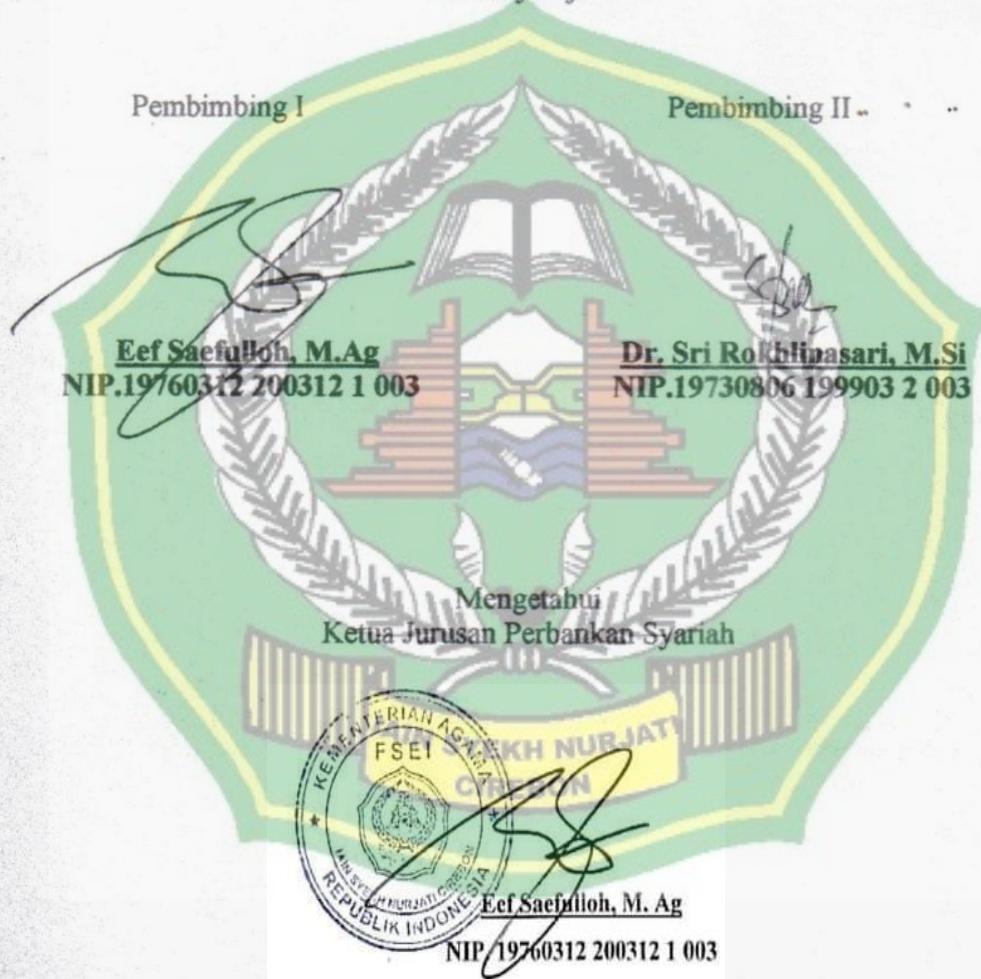
LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA

Disusun Oleh:

Habieb Maulana Yusuf
NIM. 1608203106

Menyetujui



NOTA DINAS

Kepada

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi Habieb Maulana Yusuf, NIM 1608203106, Judul skripsi "**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA**" kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosahkan.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb

Cirebon, 15 November 2021

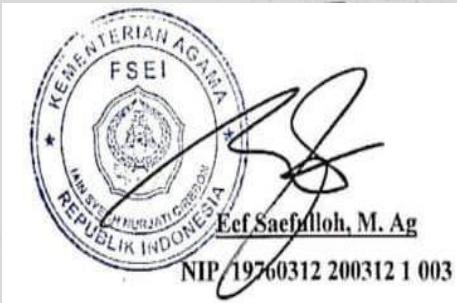
Pembimbing II

Pembimbing I

Eef Saefullah, M.Ag
NIP.19760312 200312 1 003 NURJATI
CIREBON

Dr. Sri Rokhlinasari, M.Si
NIP.19730806 199903 2 003

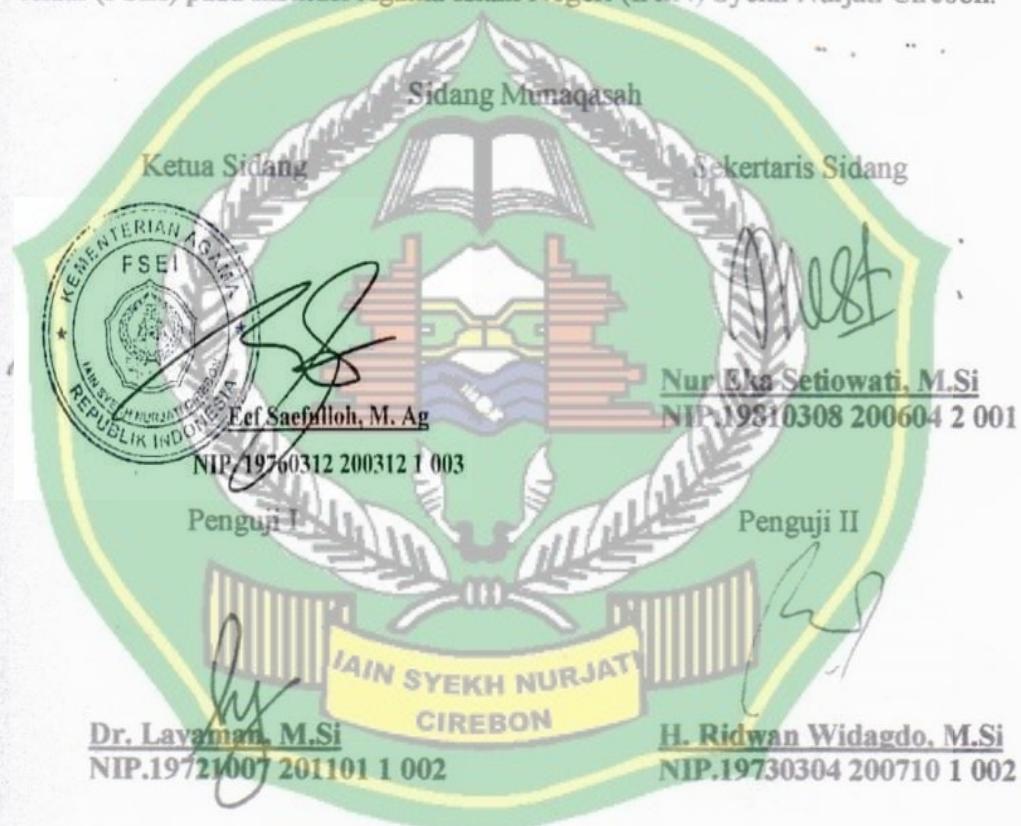
Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA**", oleh Habieb Maulana Yusuf, NIM 1608203106, telah diajukan dalam sidang Munaqasah Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada bulan Agustus 2021.

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



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Habieb Maulana Yusuf

NIM : 1608203106

Tempat Tanggal Lahir : Majalengka, 25 Juni 1998

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA**" ini beserta isinya adalah benar-benar hasil 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 dijatuhan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



Habieb Maulana Yusuf
NIM 1608203106

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap Habieb Maulana Yusuf, seorang laki-laki yang lahir di Majalengka pada tanggal 25 Juni 1998 anak kedua dari pasangan Bapak Drs. Ali Yusup dan Ibu Entin Suhartini, S.Pd.I. Beralamat di Jalan Weragati Blok Dukuh Maja RT/RW 002/001 Desa Weragati, Kecamatan Palasah, Kabupaten Majalengka.

Dalam bidang akademiknya penulis melanjutkan program sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah pada tahun 2016 sampai tahun 2021. Dengan judul skripsi "**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA**".

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



LEMBAR PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselsaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasullah Muhammad SAW. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Almarhumah Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Entin Suhartini) dan Ayah (Ali Yusup) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik,

Terimakasih Ibu...

Terima kasih Ayah...

MOTTO

Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil yang diulang hari demi hari



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلٰةُ وَالسَّلَامُ عَلٰى أَشْرَفِ الْأَنْبِياءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَلَامٌ عَلٰى مُحَمَّدٍ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ
أَمَّا بَعْدُ

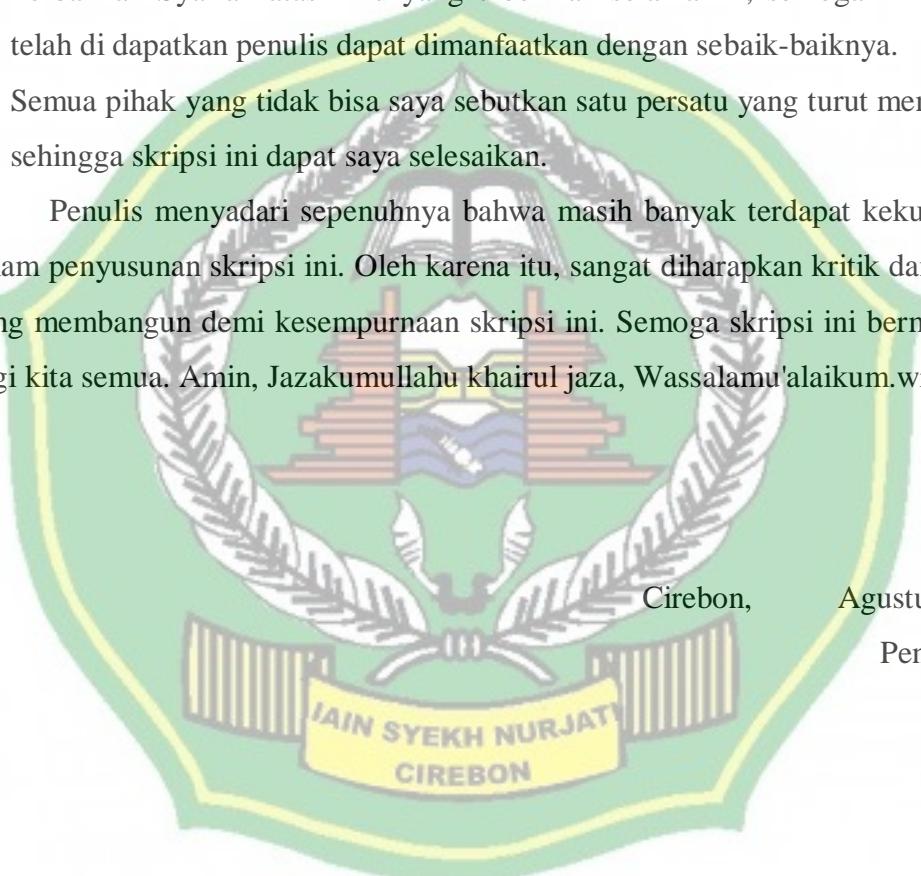
Segala puja dan puji bagi Allah Subhanahu Wataala, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN ELZATTA HIJAB MAJALENGKA**” dengan baik. Shalawat serta salam selalu terhantarkan untukmu Baginda Agung Ya Rasulullah, karena beliau kami dapat mengetahui mana yang benar dan mana yang salah.

Suatu kebanggaan yang tak terkira bagi diri saya dapat menyelesaikan penyusunan 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 :

1. Ayahanda dan Ibunda terkasih yang telah memperjuangkan dan mempertaruhkan segalanya untuk kehidupan anaknya termasuk dalam menyelesaikan studi ini. Kepada segenap keluarga dan kerabat terima kasih atas segala dukungan baik yang materil maupun moril, yang mungkin tidak akan terbalaskan. Walaupun penulis menyadari sepenuhnya bahwa gelar kesarjanaan yang penulis capai tidak akan mampu membalas budi baik mereka. Namun penulis tetap berharap semoga sedikit rahmat ini menjadi pelita bagi keluarga, saudara, masyarakat dan agama.
2. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Aan Djaelani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.

5. Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah
6. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag dan Ibu Dr. Sri Rokhlinasari, M.Si selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, khususnya dosen Perbankan Syariah atas ilmu yang diberikan selama ini, semoga ilmu yang telah di dapatkan penulis dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
8. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.

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,

Agustus 2021

Penyusun,

Habieb Maulana Yusuf
NIM 1608203106

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
الملخص.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
LEMBAR PERSEMBERAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatas Masalah	9
D. Perumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Minat Konsumen	12
1. Pengertian Minat Konsumen	12
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen	13
3. Dimensi Minat Konsumen	14
B. <i>Brand Ambassador</i>	14
1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	14

2.	Karakteristik Brand Ambassador.....	15
3.	Peran Brand Ambassador	16
4.	Dimensi Brand Ambassador.....	16
C.	Inovasi	17
1.	Pengertian Inovasi	17
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ide dalam Inovasi Produk.....	18
3.	Manfaat Inovasi	19
4.	Dimensi Inovasi Produk.....	19
D.	Penelitian Terdahulu	20
H.	Kerangka pemikiran	24
I.	Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27	
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	27
1.	Tempat Penelitian	27
2.	Waktu Penelitian.....	27
B.	Metode Penelitian.....	27
1.	Metode Penelitian	28
2.	Jenis Penelitian	28
C.	Populasi dan Sampel.....	28
1.	Populasi.....	28
2.	Sampel.....	29
D.	Definisi Operasional Variabel	30
E.	Sumber Data.....	31
1.	Data primer.....	31
2.	Data sekunder	31
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.	Kuisinoner (Angket)	32
2.	Observasi.....	33
3.	Dokumentasi.....	33
G.	Teknik Analisis Data	33
1.	Uji Instrumen.....	33
2.	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.	Uji Regresi Linear Berganda	37
4.	Uji Hipotesis	37
5.	Uji Koefisien Determinasi.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40	
A.	Gambaran Objek Penelitian	40

1.	Sejarah Singkat Hijab Elzatta.....	40
2.	Perkembangan Elzatta.....	42
3.	Visi, Misi dan Moto Elzatta	43
4.	Produk Elzatta	44
B.	Karakteristik Responden.....	46
C.	Uji Instrumen	47
1.	Uji Validitas	47
2.	Uji Reliabilitas.....	49
D.	Deskripsi Variabel.....	49
1.	Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_1)	49
2.	Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X_2).....	50
3.	Deskripsi Variabel Minat Konsumen (Y)	51
E.	Uji Asumsi Klasik	53
1.	Uji Normalitas	53
2.	Uji Multikolininearitas.....	53
3.	Uji Heterokedastisitas	54
4.	Uji Analisis Linier Berganda.....	55
5.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
F.	Uji Hipotesis	57
1.	Uji t (Uji Parsial)	58
2.	Uji F (Uji Simultan)	60
G.	Pembahasan Penelitian	61
1.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka.....	61
2.	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka.....	62
3.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Inovasi Produk Terhadap Minat Konsumen Elzatta Hijab di Majalengka.....	63
H.	Analisis Ekonomi	63
BAB V PENUTUP.....	65	
A.	Kesimpulan	65
B.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Elzatta Hijab di Tahun 2019	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Usia	46
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas (X_1), (X_2), (Y).....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	49
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i> (X_1)	50
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk (X_2)	51
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Minat Konsumen (Y).....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolineitas	54
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	57
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Uji Simultan)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Penelitian
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap *Brand Ambassador* (X1)
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk (X2)
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Minat Konsumen (Y)
Lampiran 5 Uji Validitas X1 & Uji Reliabilitas X1
Lampiran 6 Uji Validitas X2 & Uji Reliabilitas X2
Lampiran 7 Uji Validitas Y & Uji Reliabilitas Y
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Autokorelasi
Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis, Uji F simultan
Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi, Uji Pengaruh Individual
Lampiran 11 Kuisioner
Lampiran 12 Surat Penelitian
Lampiran 13 Surat Keputusan
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ثا	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	هـا	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ś	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ثـا	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	دـاـد	ڏ	De (dengan titik dibawah)
ط	تـاـ	ڦ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ڙـاـ	ڙ	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
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tungga atau *monofong* dan vokal rangkap atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
◦	Dammah	U	U

Contoh :

كتاب = kataba

سُورَةٌ = su'ila

حَسْنٌ = 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
ي ـ	fathah dan ya	Ai	a dan i

_____ و _____	fathah dan wau	Au	a dan u
---------------	----------------	----	---------

Contoh :

كَفْفَ = kaifa

قُولَّ = qaula

3. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
يِا	fathah dan ya	I	i dan garis atas
وُا	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَلْ سُبْحَانَكَ = qala subhanaka

إِذْ قَالَ لُورُ سُفُّ لَا بِنِهِ = iz qala yusufu li abihi

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1. *Ta Marbutah Hidup*

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

2. *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 :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ = raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلْحَةُ = 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 :

رَبَّنَا = rabbana

نُعَمَّا = nu' 'ima

6. Kata Sandang

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

1. 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	ث	9.	ص	ş
3.	د	D	10.	ض	đ
4.	ذ	ذ	11.	ط	ť
5.	ر	R	12.	ظ	ż
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

اَلْدَّهْرُ	=ad-dahru	اَلشَّمْسُ	=asy-syamsu
اَلنَّمْلُ	=an-namlu	اَللَّنُ	=al-lailu

2. 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	h	11.	م	m
5.	خ	Kh	12.	و	w
6.	ع	'	13.	ه	h
7.	غ	G	14.	ي	y

Contoh :

اَلْقَمَرُ	=	al-qamaru
اَلْفَقْرُ	=	al-faqru
اَلْغَائِبُ	=	al-gaibu
اَلْعَنْعُونُ	=	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 :

شَنْتُ	=	syai'un	أَمْرُث	=	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 :

ابْرَاهِيمُ الْخَلِيلٌ = *Ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ = *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 الْأَرْسُولُ = *Wa ma Muhammad illa rasul*

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-‘alamin*

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

لِلَّهِ أَلَّا مُنْزَ جَيْنَعَا = *Lillahi al-amru jami’an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *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 Musyawarakah 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.