

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP *BRAND LOYALTY* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HIJAB ZOYA DI KOTA MALANG**

**(STUDI PADA PENGUNJUNG BUTIK ZOYA DI MALL OLYMPIC GARDEN MALANG)**

**SKRIPSI**

**DIANJURKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN**

**MEMPEROLEH GELAR S1**



**SITI AISYAH**

**2017.69.10.0004**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2021**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Religiusitas Terhadap *Brand Loyalty* dan Keputusan Pembelian pada Hijab Zoya di Kota Malang (Studi Pada Pengunjung Butik Zoya di Mall Olympic Garden Malang)

Disusun Oleh : Siti Aisyah

NIM : 201769100004

Fakultas : Ilmu Sosial Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Kosentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, 18 Agustus 2021

Mengetahui

Kaprodi,

Pembimbing,



(Nur Ajizah, S.Sos.,M.AB)

NIP. Y.069.15.02.001

(M.Sulhan, S.Sos.,M.AB)

NIP. Y.091.10.00.039

## TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN PADA:

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Agustus 2021

Jam : 13.00 WIB

Judul : Pengaruh Religiusitas Terhadap *Brand Loyalty* Dan Keputusan  
Pembelian Pada Hijab Zoya Di Kota Malang (Studi Pada Pengunjung  
Butik Zoya Di Mall Olympic Garden Malang)

## DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA

PENGUJI I



(Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB)

NIP. Y. 069.11.03.037



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB

NIP. Y. 069.15.02.001

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu politik



(Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB)

NIP. Y. 069.11.03.037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Siti Aisyah  
Nim : 201769100004  
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa proposal skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima saksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 05 April 2021

Yang membuat pertanyaan



Siti Aisyah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT,  
Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk  
Ibu dan Bapak terhebat, dan kaka dan adik  
tersayang yang senantiasa mengiringi  
langkah dengan segala daya dan  
Doa untuk menolak menyerah

~♥~

## **HALAMAN MOTTO**

**“Teruslah Berjalan Maju, walaupun kau tau disekelilingmu banyak penghianatan  
yang terbungkus oleh senyuman dan tepuk tangan”**

**Kalau anda malas, Rajinkanlah diri.**

**Kalau anda takut, Beranikanlah.**

**Kalau anda gagal, Coba lagi.**

**Kalau itu anda teruskan, Sukses akan menjadi nyata,**

**Kalau tidak segera- Pasti nanti.**

**~ Mario Teguh ~**

## CURRICULUM VITAE

Nama : Siti Aisyah  
NIM : 201769100004  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 16 Agustus 1998  
Pendidikan : S1 Administrasi Bisnis  
Alamat : Grogol Jambangan RT.002/RW.003  
Gondangwetan Pasuruan  
Kode Post : 64174  
Nomer Telepon : 085235803085  
E-mail : aisyah.panda12345@gmail.com  
Jenis kelamin : Perempuan  
Warga Negara : WNI  
Agama : Islam  
Pekerjaan : -

### Riwayat pendidikan dan Pelatihan

Jenjang Pendidikan :

Sekolah/Institusi/ Universitas	Jurusan	Jenjang	Lulus
SDN Grogol	-	SD	2010
SMPN 1 Gondangwetan	-	SMP	2013
SMAN 1 Gondangwetan	Mipa	SMA	2016
Universitas Yudharta Pasuruan	Administrasi Bisnis	S1	2021

### Kecakapan Berbahasa

No	Bahasa	Kemampuan			
		Membaca	Menulis	berbicara	Mendengar
1.	Indonesia	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif
2.	jawa	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif

## SUMMARY

Siti Aisyah. Yudharta University Business Administration Study Program. July 2021. The Effect of Religiosity on Brand Loyalty and Purchase Decisions on Zoya Hijab in Malang City (Study on Zoya Boutique Visitors at Olympic Garden Mall Malang).

PT Zoya is a fashion brand that pioneered the hijab and Muslim clothing that was founded in 2005, and already has more than 160 stores spread throughout Indonesia. In the current era, companies are required to compete competitively and move quickly in the face of competition.

This study aims to determine and measure the influence of religiosity on brand loyalty and purchasing decisions on Zoya hijab in Malang. This research was conducted on visitors to Zoya's boutique at Mall Olympic Garden Malang. The selection of research samples using the Accidental Sampling method, the number of samples in this study was 100 respondents. The analysis used is PLS analysis using SmartPLS 3.0

The results of the study indicate that religiosity has a significant effect on brand loyalty, with a path coefficient value of 0.184 with a t-statistic value of 0.051, religiosity on purchasing decisions has a significant effect with a path coefficient value of 0.405 and a t-statistic value of 3.317. And Brand Loyalty on Purchase Decisions has a significant effect with the path coefficient value of 0.309 and the t-statistic value of 2.645.

**Keywords: Religiosity, Brand Loyalty and Purchase Decision**

## RINGKASAN



Siti Aisyah. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta. Juli 2021. Pengaruh Religiusitas Terhadap *Brand Loyalty* dan Keputusan Pembelian Pada Hijab Zoya Di Kota Malang (Studi pada Pengunjung Butik Zoya di Mall Olympic Garden Malang).

PT Zoya merupakan brand busana yang menjadi pionir hijab dan pakaian muslim yang berdiri sejak 2005, dan sudah memiliki lebih dari 160 toko yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Di era saat ini perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dan bergerak cepat dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh religiusitas terhadap *brand loyalty* dan keputusan pembelian pada hijab Zoya di kota Malang. Penelitian ini dilakukan pada pengunjung buik Zoya di Mall Olympic Garden Malang. Pemilihan sampel penelitian dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan yaitu Analisis PLS dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.184 dengan nilai *t-statistic* sebesar 0.051, Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.405 dan nilai *t-statistic* sebesar 3.317. Dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.309 dan nilai *t-statistic* sebesar 2.645.

**Kata Kunci : Religiusitas, *Brand Loyalty* dan Keputusan Pembelian**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, atas berkat Rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Prosal SKRIPSI ini dengan judul “Pengaruh Religiusitas terhadap *Brand Loyalty* dan Keputusan pada Hijab Zoya di Kota Malang” (Studi Pada Pengunjung Butik Zoya di Mall Olympic Garden Malang) dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan penulisan proposal SKRIPSI ini adalah untuk mengetahui (1) apakah terdapat pengaruh antara religuisitas terhadap *brand loyalty*. (2) apakah terdapat pengaruh antara religuisitas terhadap keputusan pembelian. (3) apakah terdapat pengaruh anantara *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Romo kia Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang slalu mendoakan kesuksesan.
2. Dr.Kholid Murtadho, S.E.,M.E selaku rektor Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Kepada Dr.Any Urwatul Wusko,S.sos.,M.AB sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Kepada ibu Nur Ajizah, S.sos., M.AB selaku ketua Program Study Administrasi Bisni Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Kepada bapak M. Sulhan, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing dalam proses SKRIPSI ini yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan proposal SKRIPSI ini dengan baik.
6. Kepada orang tua, Bapak Abd Ghofur dan ibu Luluk Musoffa yang selalu mendoakan dan memberikan perhatian yang diberikan.
7. Teman angkatan 2017 yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menempuh pendidikan Strata 1.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian proposal SKRIPSI ini.

Akhir kata semoga Allah SWT. Membalas atas segala amal kebijakan dari pihak-pihak yang tersebut. Amin.

Pasuruan, 3 April 2021

Siti Aisyah

(201769100004)

## DAFTAR ISI

Sampul Depan

Tanda

Persetujuan

Skripsi

.....

i

Tanda

Pengesahan

.....

ii

Pernyataan

Keaslian

Skripsi

.....

iii

Halaman

Persembahan

.....

iv

Motto

.....

v

Curriculum

Vitae

.....

vi

Summary

.....

vii

Ringkasan

.....

viii

Kata

Pengantar

.....

ix

Daftar

Isi

.....

x

Daftar

Tabel

.....

xiv

Daftar

Gambar

.....  
xvi

## **Bab I PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar

Belakang

.....  
1

### 1.2 Rumusan

Masalah

.....  
8

### 1.3 Tujuan

Penelitian

.....  
9

### 1.4 Manfaat

Penelitian

.....  
9

## **Bab II TINJUAN PUSTAKA**

2.1 Kajian

Teoritik

.....

10

2.2 Penelitian

Terdahulu

.....

23

3.3 Hubungan antar

Variabel

.....

31

3.4

Hipotesis

.....

33

**Bab III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis

Penelitian

.....

34

3.2 Lokasi Penelitian

.....

34

3.3 Variabel dan Pengukuran

.....

35

3.4 Populasi dan Sampel

.....

39

3.5 Teknik Pengumpulan Data

.....

41

3.6 Uji Instrumen



.....  
42

3.7 Teknik Analisis  
Data

.....  
43

3.7 Uji  
Hipotesis

.....  
53

**Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Penyajian  
Data

.....  
54

4.2 Profile  
Responden

.....  
56

4.3 Analisis dan

Interpretas

.....

61

4.4

Pembahasan

.....

75

## **Bab V PENUTUP**

5.1

Kesimpulan

.....

80

5.2

Saran

.....

81

DAFTAR

PUSTAKA

.....			
82			
Lampiran	1	Surat	ijin
Penelitian			

.....			
85			
Lampiran			2
Kuisisioner			

.....			
86			
Lampiran	3		Data
Responden			

.....			
89			
Lampiran	4		Tabel
Skor			

.....			
94			
Lampiran			5
Hasil			

.....

100

Lampiran

6

Foto

.....

104

## DAFTAR TABEL

1. Top Brand Hijab  
.....  
7
2. Perbedaan dan Persamaan Terdahulu dan Sekarang  
.....  
30
3. Definisi dan Pengukuran Variabel Religiusitas  
.....  
36
4. Definisi dan Pengukuran Variabel *Brand Loyalty*  
.....  
37
5. Definisi dan Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian  
.....  
38
6. Distribusi Skor Jawaban Kuisisioner

.....

39

7. *Average* *Variance* Extracted  
(AVE)

.....

48

8. Uji Validitas  
Veabel

.....

48

9. Uji Validitas  
Variabel

.....

50

10. Responden berdasarkan Jenis  
Kelamin

.....

57

11. Responden berdasarkan  
Usia

.....

57

12. Responden berdasarkan Status  
 .....  
 58
13. Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir  
 .....  
 59
14. Responden berdasarkan Pekerjaan  
 .....  
 60
15. Kriteria Interpretasi Skor  
 .....  
 62
16. Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator Pernyataan Religiusitas  
 .....  
 62
17. Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator Pernyataan *Brand Loyalty*

.....

64

18. Distribusi Persepsi Responden terhadap Indikator Pernyataan Keputusan  
Pembelian

.....

66

19. *R* *Square*  
( $R^2$ )

.....

68

20. *Average* *Variance* *Extractec*  
(*AVE*)

.....

71

21. Korelasi Varian  
Laten

.....

72

22. Uji Reabilitas  
Kontruk

.....

72



23. Hasil

Pengujian

Hipotesis

.....

73

## DAFTAR GAMBAR

1. Logo  
Zoya  
.....  
6
2. Proses Pengambilan Keputusan  
Kosumen  
.....  
21
3. Kerangka Konseptual Muhammad.Isa  
2020  
.....  
23
4. Kerangka Konseptual Yayuk Yuliana  
2018  
.....  
24
5. Kerangka Konseptual Muhammad Imamuddin  
2017  
.....  
25

6. Kerangka Konseptual Rivan Sustriso

2013

.....

25

7. Kerangka Konseptual Nasib 2019

.....

26

8. Kerangka Konseptual Mansyuroh

2019

.....

27

9. Kerangka Konseptual Ningrum

2018

.....

28

10. Kerangka Konseptual Siska Lusya Putri

2018

.....

28

11. Kerangka Konseptual Rouza Farikza

2019

.....	
29	
12. Kerangka Konseptual Sofhian	
2017	
.....	
30	
13. Model Hipotesis	
Penelitian	
.....	
34	
14. Model Pengukuran Variabel	
Religiusitas	
.....	
47	
15. Model Pengukuran Variabel <i>Brand</i>	
<i>Loyalty</i>	
.....	
47	
16. Model Pengukuran Variabel Keputusan	
Pembelian	
.....	
48	

17. Logo Zoya

.....  
55

18. Grafik Deskripsi Responden berdasarkan Jenis

Kelamin  
.....  
57

19. Grafik Deskripsi Responden berdasarkan

Usia  
.....  
58

20. Grafik Deskripsi Responden berdasarkan

Status  
.....  
59

21. Grafik deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

terakhir  
.....  
60

22. Grafik deskripsi berdasarkan

Pekerjaan

.....

61

23. Hasil Evaluasi *Outer Model*

Religius

.....

68

24. Hasil Evaluasi *Outer Model Brand*

*Loyalty*

.....

69

25. Hasil Evaluasi *Outer Model Keputusan*

Pembelian

.....

70

26. Diagram

Jalur

.....

74