

**PENGARUH *PRODUCT INGREDIENTS*, *ISLAMIC BRANDING*, DAN  
KEANEKARAGAMAN TERHADAP MINAT BELI  
(Survei Pada Konsumen HNI/HPAI di Kabupaten Pasuruan)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**NENG AYU WULANDARI SOLIHAH**

**2016.69.1000.53**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2020**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Product Ingredients*, *Islamic Branding*, Dan Keanekaragaman Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen HNI/HPAI Di Kabupaten Pasuruan)

Disusun Oleh : Neng Ayu Wulandari Solihah

NIM : 201669100053

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji

Pasuruan, Agustus 2020

**Menyetujui**

Kaprodi,

Pembimbing,



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB

NIP.069.15.02.001



(Miftahul Huda, S. Sos., M.AB)

NIP.Y.069.15.08.056

### TANDA PENGESAHAN

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

HARI : SENIN

TANGGAL : 07 AGUSTUS 2020

JAM : 10.00 WIB

JUDUL : PENGARUH *PRODUCT INGREDIENTS*, *ISLAMIC BRANDING*  
DAN KEANEKARAGAMAN TERHADAP MINAT BELI  
(SURVEI PADA KONSUMEN HNI/HPAI DI KABUPATEN  
PASURUAN)

### DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI,

KETUA

ANGGOTA



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP.Y.069.11.03.037



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB  
NIP.069.10.52.001

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Universitas Yudharta Pasuruan



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP.Y.069.11.03.037

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ♥ Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki dan semua yang saya butuhkan. Allah SWT sutradara terbaik.
- ♥ Orang tuaku tercinta Mama Leni Yustiawati dan Papa Sugiyanto, adik-adikku tersayang Neng Anis Purnamasari Solikhah dan Aa Bagus Sugianto Saputra terima kasih atas doa, motivasi, semangat, cinta, kasih, sayang dan pengorbanan yang telah diberikan.
- ♥ Romo KH. Sholeh Bahrudin dan Ibu Nyai Hj. Siti Sa'adah yang Insya Allah Senantiasa memberikan doa dan barokah Beliau kepada saya santri Ponpes Ngalah.
- ♥ Miftahul Huda, S. Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
- ♥ Diriku sendiri Neng Ayu Wulandari Solihah, S.AB jangan puas hanya sampai di sini, terus kejar mimpi-mimpi itu, jangan menyerah ! Semangat ! Istiqomah !
- ♥ Sahabat-sahabatku Siti Qomariyah, Antin Puspitasari, dan Isnaini yang telah memberikan dukungan semangat dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

- ♥ Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang selalu saling memberi semangat satu sama lain.
- ♥ Seseorang yang telah hadir dalam hidupku, terima kasih atas segala dukungan semangat, pengorbanan dan segalanya, semoga engkau
- ♥ senantiasa di lindungi-Nya dan di berikan kelancaran dalam urusan segala hal.
- ♥ Almamaterku tercinta Universitas Yudharta Pasuruan

Terhatur Do'a semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita semua. Amiin....

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Neng Ayu Wulandari Solihah

NIM : 2016.69.10.0053

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 2020

Yang membuat pernyataan

  
  
Neng Ayu Wulandari Solihah

# MOTTO

**PERCUMA JADI “PINTER” KALAU UNTUK  
MENGANGGAP YANG LAIN “BODOH”**

(Cak Lontong)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *product ingredients*, *Islamic branding*, dan keanekaragaman dalam membangun minat beli pada produk HNI/HPAI di Kabupaten Pasuruan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna produk HNI/HPAI di Kabupaten Pasuruan. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media dalam mengumpulkan data yang kemudian dianalisis dengan regresi berganda di SPSS 22. Terdapat tiga variabel yang terdiri dari *product ingredients*, *Islamic branding*, dan keanekaragaman dinilai memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *product ingredients*, *Islamic branding*, dan keanekaragaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *product ingredients*, *Islamic branding*, dan keanekaragaman berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat beli.

**Kata kunci:** *product ingredients*, *Islamic branding*, keanekaragaman, minat beli.



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of product ingredients, Islamic branding, and diversity in building a buying interest in HNI/HPAI product in Pasuruan District. The samples taken in this study were 105 respondents. The sample in this study were users in HNI/HPAI product in Pasuruan District. This study uses questionnaires and interviews as a medium for collecting data which are then analyzed using multiple regression in SPSS 22. There are three variables consisting of product ingredients, Islamic branding, and diversity have a significant influence on buying interest. Based on the results of this study, it can be concluded that product ingredients, Islamic branding, and diversity have a significant effect both partially and simultaneously on buying interest.*

**Keywords:** *product ingredients, Islamic branding, diversity, buying interest*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Product Ingredients*, *Islamic Branding*, Dan Keanekaragaman Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen HNI/HPAI di Kabupaten Pasuruan)”. Sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) dalam Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. A. Kholid Murtadlo, SE.,ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Miftahul Huda, S. Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen pengajar Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh teman mahasiswa angkatan 2016 yang telah banyak membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi hingga selesai.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharap saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang bisnis dan penerapan di lapangan bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Pasuruan, Agustus 2020

Penulis

Neng Ayu Wulandari Solihah

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
TANDA PERSETUJUAN PROPOSAL PENELITIAN .....	ii
TANDA PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	vi
MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Teoritis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Kajian Teoritik .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	39
2.3 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis Penelitian .....	58

BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Jenis Penelitian .....	61
3.2 Lokasi Penelitian .....	61
3.3 Variabel dan Pengukuran.....	62
3.4 Definisi Operasional .....	63
3.5 Populasi dan Sampel.....	71
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	73
3.7 Metode Analisis Data .....	74
3.8 Teknik Analisis.....	76
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	77
BAB IV PEMBAHASAN.....	82
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	82
4.2 Gambaran Umum Responden.....	83
4.3 Analisis Deskriptif .....	85
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	90
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	92
4.6 Hasil Analisis Linier Berganda.....	98
4.7 Pembahasan dan Hasil .....	103
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan .....	110
5.2 Saran .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu .....	51
Tabel 2.6 Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Sekarang Dan Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel. 3.1 Skala Likert .....	63
Tabel. 3.2 Definisi Operasional Variabel Dependen dan Variabel Independen ....	63
Tabel 4.1 Distribusi Responden Melalui Usia .....	84
Tabel 4.2 Distribusi Responden Melalui Jenis Kelamin .....	85
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Ingredients</i> .....	86
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Islamic Branding</i> .....	87
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keanekaragaman .....	88
Tabel 4.6 Hasil Analisi Deskriptif Variabel Minat Beli .....	89
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas X1 .....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas X2 .....	94
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas X3 .....	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas .....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	96
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	98
Tabel 4.16 Hasil Analisis Linier Berganda .....	98
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial) .....	100
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	102
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual Nurul Khomariyah (2017) .....	40
Gambar 2 Kerangka Konseptual Diah Retno, dkk (2019) .....	41
Gambar 3 Kerangka Konseptual Ahmad Izzuddin (2018).....	42
Gambar 4 Kerangka Konseptual Siti Khadijah dan Oni Anita Wulandari (2020).	43
Gambar 5 Kerangka Konseptual Rozaq dan Irwan Nur Syafaatur (2017).....	45
Gambar 6 Kerangka Konseptual Mirawati (2019).....	46
Gambar 7 Kerangka Konseptual Wahyunita Nur (2016).....	47
Gambar 8 Kerangka Konseptual Muhammad Shendy Alvian dan Bulan Prabawani (2020) .....	48
Gambar 9 Kerangka Konseptual Hendra Fure (2013) .....	49
Gambar 10 Kerangka Konseptual Yuliar Rif'adah (2019) .....	50
Gambar 11. Model Hipotesis .....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	114
Lampiran 2 Uji Validitas.....	117
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 4 Uji Normalitas .....	123
Lampiran 5 Uji Linieritas.....	125
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas .....	127
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas .....	127
Lampiran 8 Uji Analisis Linier Berganda.....	127
Lampiran 9 Uji F.....	129
Lampiran 10 Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	129
Lampiran 11 Gambar Logo HNI/HPAI .....	130
Lampiran 12 Hasil Dokumentasi .....	131