


## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi saya ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 03-Agustus-2021



**RINTIS YULIANAH**  
**NIM: 171410233**

## ABSTRAK

Nama: Rintis Yulianah, NIM: 171410233, Judul Skripsi: Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Afiha Wardrobe Serang).

Penelitian ini dilakukan di Afiha wardrobe yang merupakan *online shop* bergerak dibidang *fashion* dengan berbagai macam pakaian wanita syar'i dan hijab yang menggunakan media digital seperti *platform* media sosial Instagram, Facebook, Whatsapp dan *platform e-commerce* shopee untuk mengetahui apakah variabel *digital marketing* dan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Afiha Wardrobe dan bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Afiha Wardrobe dalam perspektif etika bisnis Islam.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan dan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini sebanyak 324 dan diambil sampel sebanyak 81 orang. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada *followers* media sosial Afiha Wardrobe. Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, Uji Ketetapan Model, dan uji hipotesis dengan *digital marketing* sebagai variabel  $X_1$ , *brand awareness* sebagai variabel  $X_2$ , dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel  $Y$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *digital marketing* ( $X_1$ )

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) dan *brand awareness* ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) dengan menyumbang koefisien determinasi sebesar 0,618 atau 61,8% dan sisanya 38,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam perspektif etika bisnis Islam, Afiha Wardrobe telah menerapkan dan mengaplikasikannya sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam kegiatan pemasaran produknya.

**Kata Kunci:** *Digital marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan pembelian, Etika Bisnis Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254) 2003323 Fax.(0254) 200022

---

Nomor : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Perihal : **Pengajuan Munaqasyah**  
a.n. Rintis Yulianah,  
NIM: 171410233

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
UIN Sultan Maulana Hasanuddi  
Banten  
Di –  
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari Rintis Yulianah, NIM. 171410233, dengan judul Skripsi “**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Afiha Wardrobe Serang)**” telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian, atas segala perhatian Bapak/ Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 18 April 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Dedi Sunardi, M.H.**  
NIP. 198009262009011007

**Aan Ansori, M.M., M.Kom.**  
NIP. 197310152007011027

**PERSETUJUAN**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Konsumen  
Afiha Wardrobe Serang)**

Oleh:

**RINTIS YULIANA**  
**NIM: 171410233**

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


  
**Dr. Dedi Sunardi, M.H.**  
**NIP. 198009262009011007**

  
**Aan Ansori, M.M., M.Kom.**  
**NIP. 197310152007011027**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam,**

**Ketua Jurusan  
Ekonomi Syariah,**

  
**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. SI.**  
**NIP.196402121991032003**

  
**Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E., M.M., M.Ak.**  
**NIP. 197408222005012003**

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Rintis Yulianah**, NIM : **171410233**, Judul Skripsi : **Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Afiha Wardrobe Serang)**, setelah diujikan dalam Sidang Munaqaysah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanudin Banten.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanudin Banten.

Serang, 17 Oktober 2021

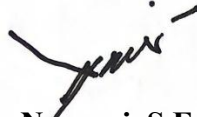
### Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota,



**Dr. Wazin, M.SI.**  
NIP. 196302251990031005

Sekretaris Merangkap Anggota,



**Ma'mun Nawawi, S.E.Sy., M.E.**  
NIP. 199303022019031009

Anggota,

Penguji I,



**Dr. Budi Sudrajat, M.A.**  
NIP. 197403072002121004

Penguji II,



**Surahman, M.E.**  
NIP. 198109112015031003

Pembimbing I,



**Dr. Dedi Sunardi, M.H.**  
NIP. 198009262009011007

Pembimbing II,



**Aan Ansori, M.M., M.Kom.**  
NIP. 197310152007011027

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kekuatan Allah SWT, dengan segala pertolongan-Nya dan atas izin-Nya sehingga dapat tercipta karya tulis ini, maka dengan ini peneliti mempersembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang ku banggakan. Ayahandaku Rendi Armadi dan Ibundaku Siti Amanah terimakasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, dan nasihat serta do'a yang tiada henti untuk kebaikan dan keberhasilanku di dunia dan akhirat kelak.
2. Adikku tercinta, Zahra Airin Afifah yang telah memberi semangat, dan dukungan serta mendo'akan kebaikan dan kesuksesan untukku. Semoga kita dapat membuat orang tua kita selalu bangga dan tersenyum bahagia.
3. Dede Rahmat Hidayat, S.Sos. yang selalu mendo'akan dan mendukung atas keberhasilan studi saya juga dengan keterlibatan dan waktunya yang selalu memberikan *support* serta tiada henti memberikan bantuan sampai saya berhasil mengatasi dan menyelesaikan tantangan dalam penyusunan skripsi ini.

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ  
سُوْءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۗ مِنَ وَالٍ ﴿١١﴾

Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

(Q.S Ar-Rad : 11)

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama lengkap Rintis Yulianah, lahir di Cilacap pada tanggal 26 Juli 1999. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Rendi Armadi dan Siti Amanah. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 1 Balaraja pada tahun 2005 dan tamat pada 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Balaraja dan tamat pada 2014. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke MAN 2 Tangerang dan tamat pada 2017. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis aktif mengikuti organisasi intra kampus yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Syariah sebagai staf internal pada tahun 2018. Kemudian pada tahun 2019 penulis aktif di organisasi Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai staf kominfo. Pada tahun 2020 penulis menjadi Sekretaris Umum UKM Pusat Riset Mahasiswa (PRIMA). Sementara penulis juga aktif di organisasi ekstra kampus yaitu di Front Aksi Mahasiswa (FAM) UIN SMH Banten pada tahun 2018 dan di Liga Mahasiswa Nasional untuk Demokrasi (LMND) Komisariat UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tahun 2020.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaratuh*

*Bismillahirrohmanirrohim*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, alhamdulillah dengan kemudahan yang Allah SWT berikan dan dengan usaha yang sungguh-sungguh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Digital marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Afiha Wardrobe)” sehingga salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini sulit terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Karena itu melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.

4. Bapak Dr. Dedi Sunardi, M.H. selaku pembimbing I dan Bapak Aan Ansori, M.M., M.Kom. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran.
5. Bapak Dr. Budi Sudrajat, M.A. selaku penguji I dan Bapak Surahman, M.E. selaku penguji II saya yang telah memberikan arahan dan saran pada saat ujian sidang munaqasyah.
6. Bapak Dr. Wazin, M.SI. selaku ketua sidang dan Ma'mun Nawawi, S.E.Sy selaku sekretaris ujian sidang munaqasyah.
7. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, Staff dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Sahabat saya To'u, M. Rozali atas waktu dan dukungan morilnya. Juga ajaran ilmu SPSS nya dan *support* untuk segera menyelesaikan penelitian.
9. Sahabat saya KEJORA, Roisah Matina, Nuriman Zamsani, Ari Chaerul Umam, Ferdi Ramadhan, dan Aldi Hanafi atas waktu untuk saling bercerita, motivasi dan berbagi untuk melepas kepenatan.
10. Sahabat saya D'Dar, Dewi Juliyanah dan Atikah yang selalu setia memberikan motivasi dan dukungan selama proses studi saya.
11. Sahabat saya Kicimpring Squad, Lusiana Ayu, Shofi Elsiana M, Kurnia Lestari, Nurafiyah yang selalu memberikan do'a dan motivasi.
12. BPH UKM Pusat Riset Mahasiswa (PRIMA) Uu Suhendar dan Wildan Mukholadun yang selalu memberikan support.

13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca nantinya

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Serang, 08 Oktober 2021



**RINTIS YULIANAH**  
**NIM: 171410233**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat/Signifikansi Penelitian .....	9
G. Kerangka Pemikiran.....	11
H. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	17
A. <i>Digital Marketing</i> .....	17
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	17
2. Manfaat <i>Digital Marketing</i> .....	19
3. Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	21
B. <i>Brand Awareness</i> .....	22
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i> <b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	22
2. Peran <i>Brand Awareness</i> .....	24

3. Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	26
C. Keputusan Pembelian.....	27
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	30
4. Indikator Keputusan Pembelian .....	36
D. Perspektif Etika Bisnis Islam .....	37
E. Hubungan <i>Digital Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	45
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	48
G. Hipotesis.....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>53</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	53
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	54
C. Sumber Data.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data.....	58
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	61
F. Uji Instrumen Penelitian .....	63
G. Teknik Analisis Data.....	64
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>74</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	74
B. Hasil Penelitian .....	77
1. Hasil Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	77
2. Karakteristik Responden .....	78
3. Deskriptif Data Penelitian .....	82
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	92
1. Uji Validitas .....	92
2. Uji Reliabilitas .....	94
D. Uji Asumsi Klasik.....	95
1. Uji Normalitas .....	95
2. Uji Heteroskedastisitas... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	97

3. Uji Multikolonieritas .....	99
E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	100
F. Hasil Uji Hipotesis .....	103
G. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	108
H. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	109
I. Pembahasan Hasil Penelitian .....	110
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 127
A. Kesimpulan .....	127
B. Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Mitra Afiha Wardrobe .....	3
Tabel 2.1 Atribut Untuk Mengevaluasi Produk Atau Jasa .....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian .....	56
Tabel 3.2 Kategori Penilaian Skala Likert .....	59
Tabel 3.3 Interpretasi Angka .....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden .....	80
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	81
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel $X_1$ .....	82
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel $X_2$ .....	86
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y .....	89
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	93
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Instrumen .....	94
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data .....	96
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	98
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	100
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	101
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan .....	104
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial .....	106
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	109
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Instagram Afiha Wardrobe .....	97
Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot .....	97
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot .....	99
Gambar 4.4 Grafik Uji Hipotesis Secara Simultan.....	105
Gambar 4.5 Grafik Uji Hipotesis $X_1$ Secara Parsial .....	107
Gambar 4.6 Grafik Uji Hipotesis $X_2$ Secara Parsial .....	108