

**ANALISA PENGARUH *ENDORSEMENT INSTAGRAM* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK *FASHION MUSLIM* DALAM SUDUT PANDANG *SYARIAH*
*MARKETING***

**(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI) Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta (UMY))**



SKRIPSI

Oleh:

Raty Eka Zulaina
NPM : 20140730202

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI MUAMALAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Raty Eka Zulaina

Nomor Mahasiswa : 20140730202

Program Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam

Judul Skripsi : ANALISA PENGARUH *ENDORSEMENT INSTAGRAM*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION MUSLIM*
DALAM SUDUT PANDANG *SYARIAH MARKETING*

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 27 Desember 2017

Yang membuat pernyataan



Raty Eka Zulaina

PERSEMBAHAN

Terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini. Skripsi ini seutuhnya saya persembahkan untuk :

1. Ibu saya Rozita.
2. Ibu saya Rozita.
3. Ibu saya Rozita.
4. Ayah saya Saono.
5. Keluarga besar saya.

KATA PENGANTAR

Assalamu alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kita hidayah, inayah, serta rahmat-Nya. sehingga kita masih dapat menjalan kehidupan sampai saat ini. Salawat serta salam tak lupa kita hadiahkan buat junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) Sarjana Ekonomi Islam (SEI) pada Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya arahan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan sangat tulus penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan hidayah, inayah, serta rahmat kepada penulis.
2. Kedua Orang Tua serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan untuk kelancaran penulisan dan dukungan yang tiada henti kepada penulis.
3. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Akif Khilmiyah, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
5. Ibu Dr. Maesyaroh, MA. selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam.

6. Bapak Satria Utama, S.EI., M.EI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang banyak memberikan bimbingan, arahan, masukan serta solusi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam yang telah memberikan segudang ilmu dan pengetahuan selama penulis duduk di bangku perkuliahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Teman-teman Kost Putri Andita, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta masukan demi kebaikan dan kelancaran penulisan.
9. Seluruh teman seperjuangan Ekonomi dan Perbankan Islam tahun angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi positif yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Meskipun demikian, penulis sangat berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 27 Desember 2017

Raty Eka Zulaina

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
1. Kegunaan Teoritis	8
2. Kegunaan Praktis	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	10
A. Tinjauan Pustaka	10
B. Kerangka Teoritik	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21

3. E- Marketing	23
4. <i>Syariah Marketing</i>	25
5. Promosi	31
7. Minat Beli	37
8. Perilaku Konsumen.....	38
C. Hipotesis Penelitian	42
BAB III.....	
METODE PENELITIAN	46
A. Populasi dan Sampel.....	46
B. Teknik Pengumpulan Data	47
C. Tahap Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
D. Analisis Data	50
BAB IV.....	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Data Penelitian	54
B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
C. Asumsi Klasik	63
D. Metode Analisis Data	67
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V	
PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan umur	54
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	55
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan angkatan	56
Tabel 4. 4 Tabel korelasi <i>Visibility</i>	58
Tabel 4. 5 Tabel <i>Reliability Statistcs</i>	58
Tabel 4. 6 Tabel korelasi <i>Credibility</i>	59
Tabel 4. 7 <i>Reliability Statistic</i>	60
Tabel 4. 8 Korelasi <i>Attraction</i>	60
Tabel 4. 9 <i>Reliability Statistics</i>	61
Tabel 4. 10 Korelasi <i>Power</i>	62
Tabel 4. 11 <i>Reliability Statistics</i>	62
Tabel 4. 12 Korelasi Minat Beli	62
Tabel 4. 13 <i>Reliability Statistics</i>	63
Tabel 4. 14 Korelasi Koefisien Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4. 15 Koefisien Multikolinieritas.....	64
Tabel 4. 16 <i>Output</i> Uji Normalitas	65
Tabel 4. 17 <i>Output</i> dari Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4. 18 <i>Output</i> Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 19 <i>Output</i> Uji F.....	70
Tabel 4. 20 <i>Output</i> Uji t.....	71
Tabel 4. 21 <i>Output</i> Pernyataan Responden.	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar4. 1 Diagram lingkaran responden berdasarkan umur.....	55
Gambar4. 2 Diagram lingkaran responden berdasarkan persentase jenis kelamin ...	56
Gambar4. 3 Diagram lingkaran responden berdasarkan persentase angkatan	57
Gambar4. 4 Grafik Scatterplot pada Minat Beli.....	65
Gambar4. 5 Grafik histogram Minat Beli.....	66
Gambar4. 6 Grafik plot regression Minat Beli	67
Gambar4. 7 Selebriti saat mengendorse sebuah produk.....	75
Gambar4. 8 <i>Output</i> Pernyataan Responden.....	83