



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN SERTIFIKASI  
HALAL TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA ZOYA**

**SKRIPSI**

**HANIFAH 1810116043**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN SERTIFIKASI  
HALAL TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA ZOYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**HANIFAH 1810116043**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hanifah

NIM : 1810116043

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Hanifah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN**  
**AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanifah  
NIM : 1810116043  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas  
Merek Pada Zoya**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2022

Yang menyatakan,

  
  
(Hanifah)

# HALAMAN PENGESAHAN

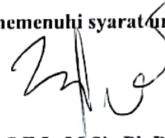
SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN SERTIFIKASI  
HALAL TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA ZOYA**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**HANIFAH 1810116043**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 29 Juni 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Faizi, S.E.I., M.Si., Ph.D.**  
Ketua Penguji



**Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF.**  
Penguji I



**Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakshi Arieltiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.**  
Dekan



**Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A., CDIF.**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juni 2022

***The Influence Of Brand Image, Price, And Halal Certification On Brand  
Loyalty At Zoya***

***By Hanifah***

***Abstract***

*The growth of the halal industry sector in Indonesia in recent years is experiencing very fast growth, one of which is the halal fashion industry. Seeing the rapid development of the Muslim fashion business will certainly make the competition of the business tight, one of the brands that experience competition is Zoya. In 2016 Zoya received the top brand award, but the percentage value of the brand survey on Zoya experienced instability in the next few years with the meaning that zoya consumers had decreased and resulted in a decrease in brand loyalty. Based on this, this study aims to determine the influence of brand image, price, and halal certification on brand loyalty to Zoya. Using quantitative research methods with secondary and primary data and a sample of 404 respondents who fit the criteria. The data analysis techniques used in this study are classical assumption testing, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results obtained in this study are that the brand image variable has a significant effect on brand loyalty, then the price variable affects brand loyalty, and the halal certification variable affects brand loyalty. Furthermore, results are obtained simultaneously or simultaneously that the variables of brand image, price, and halal certification have a significant effect on brand loyalty.*

***Keywords:*** *brand image, brand loyalty, halal certification, price.*

# **Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya**

**Oleh Hanifah**

## **Abstrak**

Pertumbuhan sektor industri halal di Indonesia beberapa tahun terakhir tengah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat salah satunya yaitu industri halal *fashion*. Melihat perkembangan bisnis busana muslim yang demikian pesat tentunya akan membuat ketatnya persaingan bisnis, salah satu merek yang mengalami persaingan yaitu Zoya. Pada tahun 2016 Zoya mendapatkan penghargaan *top brand award*, akan tetapi nilai presentase *brand survey* pada Zoya ini mengalami ketidakstabilan pada beberapa tahun selanjutnya dengan artian konsumen zoya mengalami penurunan dan mengakibatkan penurunan pada loyalitas merek. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan sertifikasi halal terhadap loyalitas merek pada Zoya. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder dan primer serta sampel sebanyak 404 responden yang sesuai dengan kriteria. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, kemudian variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas merek, serta variabel sertifikasi halal berpengaruh terhadap loyalitas merek. Selanjutnya diperoleh hasil secara simultan atau bersamaan bahwa variabel citra merek, harga, dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

**Kata kunci:** citra merek, harga, loyalitas merek, sertifikasi halal

# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Rabu , tanggal 29 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Hanifah

No.Pokok Mahasiswa : 1810116043

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1. ....
2	Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.	Anggota I	2. ....
3	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Juni 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi. Ekonomi Syariah S 1

  
Muhammad Anwar Fathoni, Lc,  
MA,CDIF.



## PRAKATA

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya**". Dalam penyusunan skripsi ini tentunya banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Bapak Muhammad Anwar Fathoni Lc., MA. selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah.
2. Ibu Lili Puspita Sari S.El., M.E. selaku Dosen Pembimbing.
3. Ibu Dra. Fitri Yetti M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Kedua orang tua tercinta, kakak dan anggota keluarga lainnya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis.
5. Sahabat terdekat penulis Hanifah Syaikhah, Annisa Aulia, Mutiara Silmi, Akhira Yuliana, Bilqis Nabilah, dan Rahmat Wildan yang telah memberikan masukan, semangat dan sabar mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi S1 Ekonomi Syariah 2018, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Jakarta, 29 Juni 2022

Hanifah

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
II.1 Landasan Teori.....	8
II.1.1 Loyalitas Merek .....	8
II.1.2 Citra Merek .....	9
II.1.3 Harga.....	10
II.1.4 Sertifikasi Halal.....	11
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
II.3 Model Penelitian .....	21
II.4 Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23

III.2	Populasi dan Sampel .....	25
III.2.1	Populasi .....	25
III.2.2	Sampel.....	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	26
III.3.1	Jenis Data .....	26
III.3.2	Sumber Data.....	26
III.3.3	Pengumpulan Data .....	26
III.4	Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>30</b>
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	30
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	31
IV.2.1	Deskripsi Data dan Responden .....	31
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	32
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	37
IV.3.1	Uji Validitas .....	37
IV.3.2	Uji Reabilitas .....	39
IV.4	Uji Asumsi Klasik.....	39
IV.4.1	Uji Normalitas.....	39
IV.4.2	Uji Multikolinearitas .....	40
IV.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	41
IV.5	Regresi Linear Berganda.....	42
IV.6	Uji Hipotesis .....	43
IV.6.1	Uji F (simultan).....	43
IV.6.2	Uji T (parsial).....	43
IV.6.3	Uji Koefisien Determinasi .....	44
IV.7	Pembahasan.....	46
IV.7.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....	46
IV.7.2	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Merek.....	47
IV.7.3	Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Loyalitas Merek .....	48
IV.7.4	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Loyalitas Merek .....	48
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>50</b>
V.1	Simpulan.....	50

V.2 Keterbatasan Penelitian .....	50
V.3 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Tahun 2016-2021 .....	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	19
Tabel 3. Skala Likert .....	24
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	24
Tabel 5. Responden Berdasarkan Domisili.....	31
Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 7. Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan .....	31
Tabel 8. Data Deskriptif.....	32
Tabel 9. Jawaban Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Merek.....	33
Tabel 10. Jawaban Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek.....	34
Tabel 11. Jawaban Pernyataan Responden Terhadap Harga .....	35
Tabel 12. Jawaban Pernyataan Responden Terhadap Sertifikasi Halal .....	36
Tabel 13. Uji Validitas Loyalitas Merek (Y) .....	37
Tabel 14. Uji Validitas Citra Merek (X1) .....	38
Tabel 15. Uji Validitas Harga (X2).....	38
Tabel 16. Uji Validitas Sertifikasi Halal (X3) .....	38
Tabel 17. Uji Reabilitas.....	39
Tabel 18. Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov-Test .....	40
Tabel 19. Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 20. Korelasi Spearman's rho .....	41
Tabel 21. Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 22. Uji F .....	43
Tabel 23. Uji T .....	43
Tabel 24. Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 25. Analisis Korelasi .....	44
Tabel 26. Rangkuman Hasil Analisis.....	45
Tabel 27. Sumbangan Efektif (SE) .....	45
Tabel 28. Sumbangan Relatif (SR) .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peringkat Indonesia dalam sektor industri halal .....	1
Gambar 2. Proses Sertifikasi Halal .....	13
Gambar 3. Model Penelitian .....	21
Gambar 4. Grafik Normalitas.....	40
Gambar 5. Scatterplot.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Responden
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reabilitas
- Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9. Uji Hipotesis
- Lampiran 10. Contoh Sertifikat Halal
- Lampiran 11. Sertifikasi Halal yang diperoleh Zoya
- Lampiran 12. Catatan Revisi Penguji