



PENULIS
ANA FADHILAH

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

**PENGARUH MOTIVASI RASIONAL DAN EMOSIONAL
KONSUMEN *NON-MUSLIM* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *ISLAMIC BRANDING***



Editor
Yosy Arisandi, Ph.D
Yetti Afrida Indra, M.Ak

**PENGARUH MOTIVASI RASIONAL DAN EMOSIONAL
KONSUMEN NON-MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *ISLAMIC BRANDING***

JURNAL ILMIAH



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ANA FADHILAH

NIM.2111130004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2025 M/1446 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raiden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172 Website: www.uin-fatmawati-bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul **“PENGARUH MOTIVASI RASIONAL DAN EMOSIONAL KONSUMEN NON-MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ISLAMIC BRANDING”** yang disusun oleh:

Nama : Ana Fadhillah
NIM : 2111130004
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Februari 2025/ 20 Syaban 1446 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 19 Februari 2025 M
1446 H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Dr. Nurul Hak M.A

NIP. 196606161995031002

Katra Pramadeka, S.E., M.E.I

NIP. 198807252020121003

Dr. Nurul Hak M.A

NIP. 1966061619950310002

Rahmat Putra Ahmad Hasibuan, M.Si

NIP. 1997104172020121010





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276; 51171 Fax: (0376) 51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Motivasi Rasional dan Emosional Konsumen *non-Muslim* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Islamic Branding*" yang disusun oleh :

Nama : Ana Fadhillah

Nim : 2111130004

Prodi : Ekonomi Syariah

Sudah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran tim Pembimbing. Oleh karena itu Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Januari 2025 M
Rajab 1446 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Yosy Arisandi, Ph.D

NIP. 198508012014032001

Yetti Afrida Indra, M.Ak

NIP. 198404142023212045

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Yenti Sumarti, M.M

NIP. 197904162007012020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Jurnal Ilmiah yang berjudul “Pengaruh Motivasi Rasional dan Emosional Konsumen Non-Muslim terhadap Keputusan Pembelian Produk Islamic Branding” adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademi, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah tertulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Januari 2025
Rajab 1446 H
Mahasiswa yang menyatakn



Ana Fadhilah
Nim: 2111130004

MOTTO

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baik pelindung.”

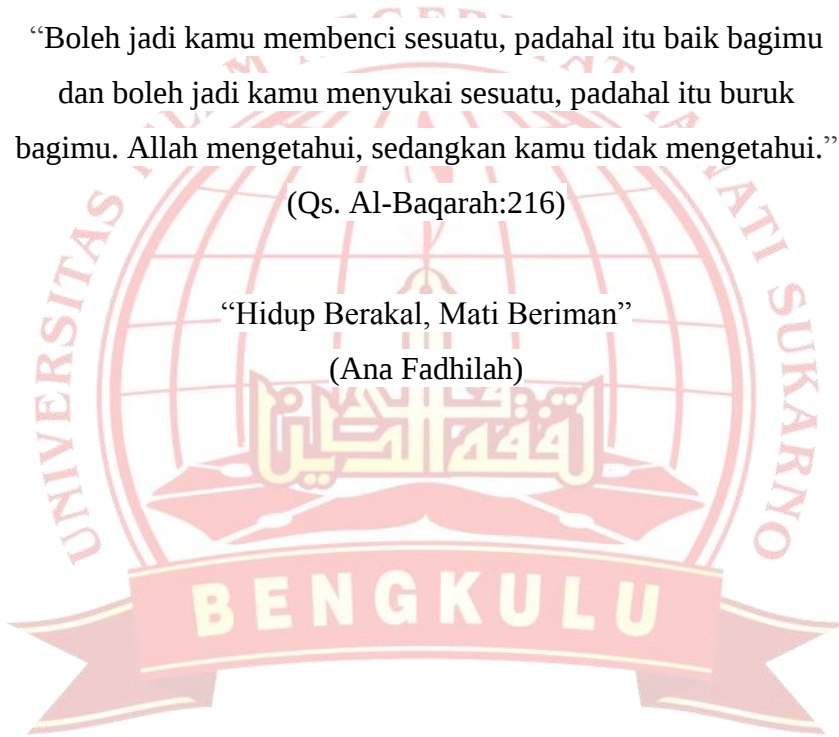
(Qs. Ali-Imran:173)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.”

(Qs. Al-Baqarah:216)

“Hidup Berakal, Mati Beriman”

(Ana Fadhilah)



PERSEMBAHAN

Allhamdulillahi robbil' alamin, Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang tiada terhingga shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW atas risalah yang diberikan dan dengan kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini yang terlahir di antara usaha dan doa orang-orang yang saya cintai, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku, Cinta Pertamaku Bapak Musadi dan Pintu Surgaku Ibu Winarti yang senyumnya adalah semangat terbesarku, doanya adalah penjaga setiap langkahku dan kasihnya anugerah tak tergantikan. Terima kasih atas setiap tetes keringat, doa tanpa henti dan cinta yang tak pernah berkurang. Segala pencapaian ini adalah bukti kecil dari kasih sayang yang tak terhingga, dan penulis berharap dapat selalu menjadi kebanggaan kalian.
2. Keluarga besar Mbah Sujud yang menjadi motivasi untuk menyelesaikan pendidikanku. Mbah, Bude, Pakde, Lelek, Sepupu, Keponakan dan Mbakku tersayang sekaligus Ibu Guru Fatimah Qolbi, S.Pd terimakasih sudah menjadi keluarga yang penulis jadikan rumah untuk pulang.
3. Untuk Dosen Pembimbing Skripsiku Ibu Yosy Arisandy, PhD dan Ibu Yetti Afrida Indra, M.Ak. Terimakasih telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan hati.
4. Keluarga besar Ikatan Duta FEBI, Mami Feranita, S.Ag., M.H, Umi Mamah Rohmah dan teman-teman seperjuangan DUTA FEBI UIN Fatmawati Sukarno

Bengkulu tahun 2022. Terimakasih sudah menjadi wadah untuk mengembangkan kemampuan yang penulis miliki.

5. Sahabat-sahabat ku Nurulita,Amd.Gz, Risma Budiawati, Atika Dwi Aufa dan Gita Riskia yang cantik dan baik hati. Terimakasih sudah mau menjadi pendengar yang baik setiap harinya yang selalu ada cerita baru untuk kisah pertemanan ini.
6. Untuk teman seperjuanganku dalam menyelesaikan skripsi ini Tika Septi Anggraini dan Regita Andrea terimakasih sudah saling menguatkan dan saling merangkul hingga akhir.
7. Teman-teman prodi Ekonomi Syariah angkatan 2021 terkhusus kelas A terimakasih telah menjadi satu atap rumah yang memberikan pengalaman berharga selama perkuliahan.
8. Teruntuk Agamaku, Negaraku dan Almamaterku Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
9. Terakhir untuk diri sendiri yang telah bertahan melewati malam-malam panjang penuh perjuangan, yang tak menyerah meski langkah sering terasa berat.Untuk setiap air mata yang jatuh di tengah rasa lelah, setiap tawa yang hadir sebagai pengingat bahwa aku mampu, dan setiap doa yang menguatkan hati untuk terus melangkah.Terima kasih telah percaya pada mimpi,terus berjuang meski kadang ragu,dan membuktikan bahwa kamu lebih kuat dari yang kamu kira. Ini adalah bukti bahwa kamu pantas merayakan setiap pencapaianmu.

ABSTRAK
PENGARUH MOTIVASI RASIONAL DAN EMOSIONAL
KONSUMEN NON-MUSLIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *ISLAMIC*
BRANDING

Oleh Ana Fadhillah, Nim 2111130004

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi rasional dan emosional terhadap keputusan pembelian produk *Skincare* dengan *Islamic branding* pada konsumen *non*-Muslim di komunitas Gereja Kristen Sumatera Bagian Selatan (GKSBS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 53 responden yang dipilih secara acak sederhana. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa motivasi rasional dan emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, motivasi rasional memiliki pengaruh yang lebih besar daripada motivasi emosional. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 19,8% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif dalam

menjangkau konsumen *non*-Muslim di pasar *Islamic branding*.

Kata Kunci: Branding Islam, Motivasi Rasional, Motivasi Emosional, Konsumen Non-Muslim.



ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF RATIONAL AND EMOTIONAL
MOTIVATION OF NON-MUSLIM CONSUMERS ON
PURCHASING DECISIONS ISLAMIC PRODUCT
BRANDING**

By Ana Fadhillah, Number 2111130004

This research aims to analyze the influence of rational and emotional motivation on purchasing decisions for skincare products with Islamic branding among non-Muslim consumers in the Southern Sumatra Christian Church (GKSBS) community. The research used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 53 respondents selected at simple random. The results of multiple linear regression analysis show that both rational and emotional motivation have a significant influence on purchasing decisions. Partially, rational motivation has a greater influence than emotional motivation. The coefficient of determination shows that the two variables explain 19.8% of the variation in purchasing decisions, while the rest is influenced by other factors. These findings provide insight into effective marketing strategies in reaching non-Muslim consumers in the Islamic branding market.

Keywords: Islamic Branding, Rational Motivation, Emotional Motivation, non-Muslim Consumers.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal ilmiah yang berjudul “Pengaruh Motivasi Rasional dan Emosional Konsumen *Non-Muslim* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Islamic Branding*” shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi rasional dan emosional dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen *non-Muslim* dengan produk *islamic branding* selain itu untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelas Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan Jurnal Ilmiah ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-

dalamnya kepada semua pihak yang menjadi bagian dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, diantaranya:

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu hingga menyelesaikan studi ini.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Ibu Yenti Sumarni, MM. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ibu Herlina Yustati, M.A. Ek selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Ibu Yosy Arisandy, PhD selaku Pembimbing I dan Ibu Yetti Afrida Indra, M.Ak selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, arahan dan dukungan kepada Penulis dengan penuh kesabaran. Sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
6. Kedua orang tua yang selalu mendukung, membimbing, dan mendoakan kesuksesan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan benar.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak keluarga dan teman-teman yang telah mendukung dalam penulisan Jurnal Ilmiah ini.

Dalam penyusunan jurnal ilmiah ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, 2025 M

1446 H

Penulis

Ana Fadhilah
NIM 2111130004

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
G. Sitematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	Error! Bookmark not defined.
A. Motivasi Rasional	Error! Bookmark not defined.
B. Motivasi Emosional	Error! Bookmark not defined.
C. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
D. <i>Islamic Branding</i>	Error! Bookmark not defined.
E. <i>Skincare</i>	Error! Bookmark not defined.
F. Kerangka Berfikir Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**

E. Variabel dan Definisi Operasional **Error! Bookmark not defined.**

F. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

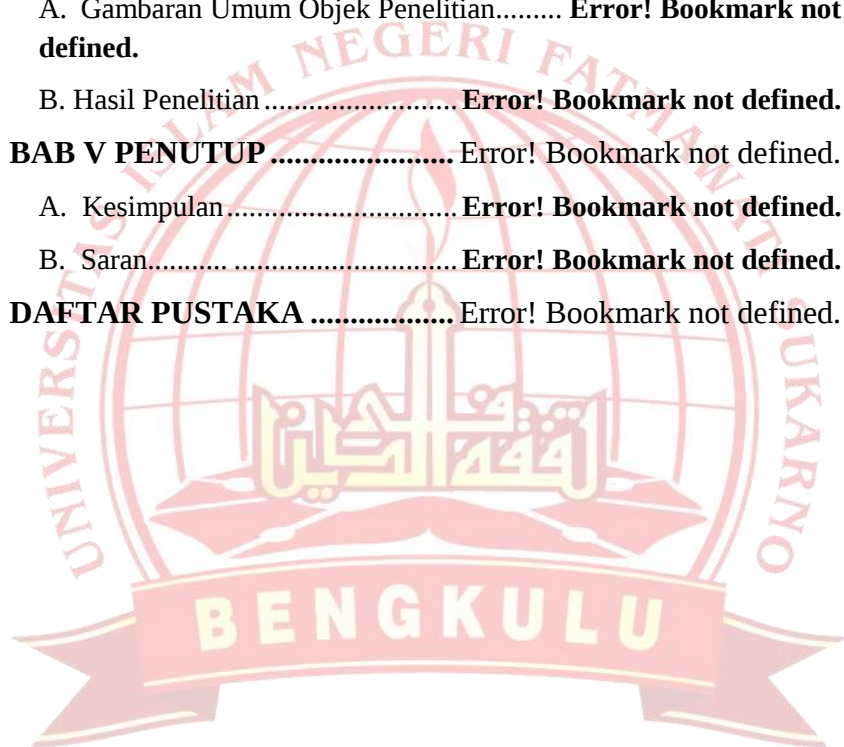
B. Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP **Error! Bookmark not defined.**

A. Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Saran..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	33
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Data Deskripsi Responden	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	50
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Skincare	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Homogenitas	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.14 Hasil Uji f Simultan.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji t Parsial	60

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Daterminasi	61
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir penelitian.....	29
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Tabulasi
- Lampiran 2 : Hasil Uji SPSS 26
- Lampiran 3 : Form Pengajuan Judul
- Lampiran 4 : SK Pembimbing
- Lampiran 5 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 6 : Lembar Pengesahan
- Lampiran 7 : SK Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan Cek Judul
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Kompre
- Lampiran 11 : Nilai Jurnal
- Lampiran 12 : Kuesioner
- Lampiran 13 : SKPI
- Lampiran 14 : LoA