

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten. ini sepenuhnya asli merupakan karya tulis ilmiah saya pribadi.

Apabila tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipan secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang karya tulis ilmiah.

Apabila di 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 yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 29 Agustus 2023



Habibatu Soleha
NIM. 191410063

ABSTRAK

Nama: Habibatu Soleha, NIM:191410063, Judul Skripsi: Pengaruh Trend Fashion Hijab Dan Media Sosial Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah)

Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam perkembangan industri halal. Beberapa kategori yang termasuk dalam industri halal yakni produk makanan, minuman serta *fashion* muslimah. Dalam hal ini *industri fashion* muslimah memiliki peran baik dalam kehidupan pribadi maupun masyarakat sosial. Hijab merupakan *Industri fashion* muslimah yang presentasenya sangat tinggi dan perkembangannya semakin meningkat, sehingga Indonesia memanfaatkan potensi pada industri *fashion* halal (*halal lifestyle*). Seiring berkembangnya zaman teknologi informasi yang memberi kemudahan untuk melihat informasi. Dengan adanya media informasi salah satunya media sosial yang memberi kemudahan untuk mengetahui adanya *trend fashion* hijab. Dengan adanya *trend fashion* hijab yang beredar di media sosial membuat adanya dorongan emosional untuk membelinya secara impulsif.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana pengaruh *trend fashion* hijab terhadap *impulsive buying*? 2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap *impulsive buying*? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *trend fashion* hijab terhadap *impulsive buying* dan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media sosial terhadap *impulsive buying*.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan cara memperoleh permasalahan dimana data dikumpulkan berupa rangkaian atau angka, penelitian ini diambil dengan data prime dan jumlah sampel dari populasi sebanyak 73 responden, dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian hasil analisis pada variabel *Trend Fashion Hijab* (X_1) yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,653 > 1,667$) dan Hasil Analisis pada variabel media sosial (X_2) $t_{hitung} 3,590 > t_{tabel} 1,667$. Dengan taraf nilai signifikan $0,000 > 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan *Trend Fashion* hijab dan Media Sosial Terhadap *Impulsive Buying* pada mahasiswi. Sedangkan nilai uji F (ANOVA) yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh nilai sebesar 84,689 dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel *trend fashion* hijab dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Sedangkan nilai R square sebesar 70,8% sedangkan sisanya ($100 - 70,8$) sebesar 29,2% dapat dijelaskan variabel lain yang tidak ada dan tidak diukur dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Trend Fashion Hijab, Media Sosial, Impulsive Buying



**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
Hal : **Pengajuan Munaqasyah**
a.n. Habibatu Soleha
NIM. 191410063

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Habibatu Soleha, NIM 191410063** yang berjudul "**Pengaruh Trend Fashion Hijab dan Media Sosial Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah)**" 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, 29, Agustus 2023

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Zenno Noeralamsyah, M.E.I
NIP.198404172018011001

PERSETUJUAN

**PENGARUH *TREND FASHION* HIJAB DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah)**

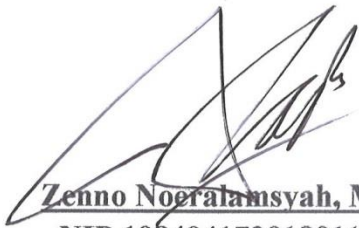
Oleh :

Habibatu Soleha
NIM. 191410063

Pembimbing I

Pembimbing II


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


Zenno Noeralamsyah, M.E.I
NIP.198404172018011001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah**




M. Hayatul Masykuroh, M.SI.
NIP. 196402121991032003


Hj. Mukhlisatul Jannah, MM., M.Ak
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a. n **Habibatu Soleha**, NIM 191410063 yang berjudul: **“Pengaruh Trend Fashion Hijab dan Media Sosial Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah)”**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 19 Oktober 2023. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota

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

Denara Akmal, M.Acc.
NIP. 199508042022032002

Anggota-Anggota,

Penguji I

Penguji II

Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 1974030720021211004

Pembimbing I

Fitri Raya M.Ek
NIP.198808102019032010

Pembimbing II

Aan Ansori, M. Kom., M.M
NIP. 1973101520070111027

Zenno Noeralamsyah, M.E.I
NIP.198404172018011001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah swt yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya yang sederhana ini aku persembahkan kepada kedua orangtuaku ayahanda H. Wahyudin dan Ibunda Hj. Asriyah terimakasih atas segala cinta, do'a, kesabaran,dan kasih sayangnnya hingga saat ini, serta pengorbanan materil dan moril yang tak ternilai, yang telah diberikan kepada penulis, berkat pengorbanan jerih payah juga motivasi yang tak pernah henti hingga terselesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT semoga selalu memberikan rahmat-Nya, kemurahan rezeki, kesehatan, selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan umur kepada kalian. Aamiin Yaa Robbal Alamin

Kepada tetehku Supriyati dan adikku Siti Latifah Fauziah dan Abdul Naja terimakasih telah memberiku semangat, dukungan dan selalu menjadi saudara dan keluarga terbaik untukku.

Terutama untuk diriku sendiri yang telah berjuang sejauh ini.

“I'M Proud Of Me”

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا
وَلَا يَغُرَّنَّكُمُ بِاللَّهِ الْعُرُورُ

“Wahai manusia! Sungguh, janji Allah itu benar, maka janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan janganlah (setan) yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah”.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Habibatu Soleha lahir di kota Tangerang pada 10 Mei 2002 anak ke-2 dari 3 bersaudara dari kedua orangtua yang bernama bapak H. Wahyudin dan ibu Hj. Asriyah.

Pendidikan formal yang sudah ditempuh oleh penulis pertama di SDN Bojong Nangka lulus pada tahun 2013 kemudian melanjutkan di SMP Insan kamil lulus pada tahun 2016 dan melanjutkan ke MA Daarul Falahiyyah lulus pada tahun 2019 dan penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum WR. WB

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya serta solawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW serta keluarga dan sahabat serta umatnya hingga akhir zaman. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Trend Fashion Hijab dan Media Sosial Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syari'ah)*”** Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

1. Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M. Pd. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E, M.M., M.Ak, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mengarahkan dan memberikan didikan kepada penulis.

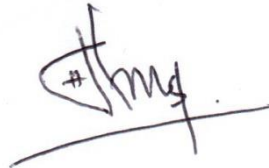
4. Dr. Itang, M.Ag pembimbing akademik yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dari awal perkuliahan sampai pada proses penyusunan skripsi.
5. Aan Ansori, M.Kom, M.M selaku dosen Pembimbing I dan Zenno Noeralamsyah, M.E.I. selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan berupa arahan dan motivasi serta meluangkan waktunya untuk membantu proses penyusunan skripsi.
6. Dr. Budi Sudrajat, M.A dan Fitri Raya, M. Ek, selaku penguji utama dan penguji pendamping pada sidang skripsi ini, yang senantiasa memberikan arahan dan juga bimbingan untuk menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staff dan pegawai Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga tercinta ayahanda Wahyudin dan Ibunda Asriyah serta kakakku dan adiku yang telah memberikan do'a, kasih sayang dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
9. Keluarga besar Pondok Pesantren Riyadul Ulum K.H Syamsuddin, Dede Ika, Suminar, Pipih, tim kamar singgah (Silmi, Dewi, Rahma), serta seluruh santri terimakasih atas kebersamaan, semangat dan dukungannya.
10. Para sahabat-sahabatku seperjuangan, Savina, Sri M, Sausan, Maul, Diah, Bungah dan Lutfi terimakasih atas semangat dan juga kebersamaannya.

11. Nihlah, dan Fuad sebagai partner, terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya.
12. Teman seperjuangan di kampus khususnya Ekonomi Syariah B 2019. Terimakasih atas kebersamaan, pembelajaran informasi juga dukungan dan semangat yang diberikan satu sama lain.

Pada akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis memohon dan berserah diri agar seluruh amal dan kebaikan dari semua pihak dapat dibalas sebagaimana mestinya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Serang, 29 Agustus 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Habibatu Soleha', with a horizontal line underneath it.

Habibatu Soleha
NIM. 191410063

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN.....	i
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
G. Kerangka Pemikiran.....	13
H. Sitematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Kajian Teori	18
1. <i>Trend Fashion Hijab</i>	18
2. Definisi Media Sosial.....	26
3. Definisi <i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Impulsif)	36

B. Penelitian Terdahulu	43
C. Hubungan Antar Variabel	48
1. Hubungan <i>Trend Fashion</i> Hijab Dengan <i>Impulsive Buying</i>	48
2. Hubungan Media Sosial Dengan <i>Impulsive Buying</i>	48
D. Hipotesis.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Tempat dan Waktu Penelitian	51
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel.....	53
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
1. Sumber Data.....	55
2. Teknik Pengumpulan Data	55
E. Operasional Variabel Penelitian.....	57
1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	57
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	57
F. Teknik Analisis Data.....	59
1. Uji Instrumen.....	59
2. Uji Asumsi Klasik	60
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4. Uji Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
1. Visi	66
2. Misi.....	66

3. Tujuan.....	67
B. Karakteristik Responden	67
C. Analisis Data	70
1. Uji Instrumen	70
2. Uji Asumsi Klasik.....	76
3. Analisis Uji Regresi Berganda.....	79
4. Uji Hipotesis	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian	87
1. Pengaruh <i>Trend Fashion</i> Hijab Terhadap <i>Impulsive</i> <i>Buying</i>	87
2. Pengaruh Media Sosial Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	89
3. Pengaruh <i>Trend Fashion</i> Hijab Dan Media Sosial Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	90
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah	53
Tabel 3.2 Skala Likert	56
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 3.4 Interval Koefisien Korelasi	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Akademik	68
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner	68
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas <i>Trend Fashion Hijab</i>	71
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Media Sosial	72
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Impulsive Buying</i>	73
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Variabel <i>Trend Fashion Hijab</i>	74
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Variabel Media Sosial	74
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Variabel <i>Impulsive Buying</i>	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	75
Tabel 4.10 Uji One Sampel Kolmogrov-Smirnov Test	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolieritas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	80
Tabel 4.13 Hasil Uji T	81
Tabel 4.14 Hasil Uji F	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	83
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	15
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	78
Gambar 4.2 Kurva Uji T Variabel <i>Trend Fashion Hijab</i>	85
Gambar 4.3 Kurva Uji T Variabel Media Sosial	86
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	86