

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

Nama : Diah Permatasari
NIM : 191410072
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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 ini telah saya sebutkan kutipan secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism 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, 19 September 2023

Diah Permatasari
NIM. 191410072

ABSTRAK

Nama: Diah Permatasari, NIM: 191410072, Judul Skripsi: Pengaruh Budaya Populer Islami terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Thrifting Bermerek (Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah).

Fashion Muslim merupakan salah satu produk budaya populer islami yang saat ini menjadi tren populer di masyarakat. Munculnya budaya populer islami yang semakin beragam mengikuti perkembangan zaman menjadi salah satu daya tarik tersendiri khususnya umat Islam yang ingin tampil *fashionable* namun tetap islami. Di samping itu, fenomena *thrifting* (pembelian pakaian bekas) juga turut mewarnai perkembangan dunia *fashion*. Maraknya fenomena tersebut dikarenakan sebagian besar produk *thrifting* yang dijual menawarkan harga yang relatif murah namun dengan kualitas yang masih bagus, bahkan terdapat berbagai macam produk bermerek di dalamnya, sehingga banyak masyarakat khususnya kalangan Gen Z seperti mahasiswa yang tertarik untuk melakukan *thrifting*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh budaya populer islami dan produk *fashion thrifting* bermerek baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian? Bagaimana pandangan mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah terhadap produk *fashion thrifting* bermerek? Kemudian tujuannya untuk menganalisis seberapa besar pengaruh budaya populer islami dan produk *fashion thrifting* bermerek baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian, serta bagaimana pandangan mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah terhadap produk *fashion thrifting* bermerek.

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif yang menggunakan sumber data sekunder dan primer berupa penyebaran kuesioner pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019-2021, dengan jumlah sampel sebanyak 84 orang dan dengan metode *nonprobability sampling*, serta teknik analisis data yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya populer islami (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,826 < 1,991$. Produk *Fashion Thrifting* Bermerek (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,581 > 1,991$. Namun terdapat pengaruh secara simultan antara Budaya Populer Islami dan Produk *Fashion Thrifting* Bermerek terhadap Keputusan Pembelian, yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $9,567 > 3,12$. Kemudian, Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah sangat mengutamakan merek dalam membeli produk *fashion thrifting*. Karena *fashion* bermerek dianggap memiliki manfaat yang besar bagi mahasiswa dalam membeli produk *thrifting*, baik dari segi kualitas, fitur, maupun harga yang lebih terjangkau, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi mahasiswa ketika menggunakan *fashion thrifting* yang bermerek terutama untuk menunjang penampilan mereka.

Kata Kunci: Budaya Populer Islami, Fashion Thrifting, Keputusan Pembelian.



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

Jl. Syekh Nawawi Al-Bantani Kp. Andamui Ds. Sukawana Kec.
Curug Kota Serang Telp. (0254)2003323 Fax. (0254)200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (satu) eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi
Hal	: Usulan Munaqasyah	dan Bisnis Islam UIN SMH Banten
	a.n Diah Permatasari	Di –
	NIM. 191410072	Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Diah Permatasari, NIM. 191410072** dengan judul Skripsi **“Pengaruh Budaya Populer Islami terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Thrifting Bermerek (Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah)”**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Bapak dan Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 19 September 2023

Pembimbing I

Mochamad Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

Pembimbing II

Surahman, M.E.
NIP. 198109112015031003

PERSETUJUAN

**PENGARUH BUDAYA POPULER ISLAMI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION*
THRIFTING BERMEREK**

**(Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Jurusan Ekonomi Syariah)**

Oleh:

Diah Permatasari
NIM. 191410072

Menyetujui,

Pembimbing I



Mochamad Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

Pembimbing II



Surahman, M.E.
NIP. 198109112015031003

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

Ketua

Jurusan Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Diah Permatasari NIM: 191410072 yang berjudul: ***“Pengaruh Budaya Populer Islami terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Thrifting Bermerek (Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah)”***, telah diajukan 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 Studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Itang, M.Ag.

NIP. 197108041998031003

Sekretaris Merangkap Anggota

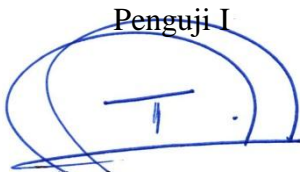


Nurmaita Hamsyah, M.Si.

NIP. 2005057904

Anggota-Anggota

Penguji I



Rustamunadi, M.H.

NIP. 196709241989031001

Penguji II



Muhamad Turmudi, S.Ag., M.M.

NIP. 197601262011011006

Pembimbing I



Mochamad Indrajit Roy, M.M.

NIP. 198011292015031001

Pembimbing II



Surahman, M.E.

NIP. 198109112015031003

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamiin... Sujud syukur
kupersembahkan kepada Allah Yang Maha Kuasa atas segala nikmat
dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan
untuk dapat menyelesaikan salah satu proses hidup yang sangat
berharga. Thanks O Allah atas skenario dan takdir hidup yang telah
Engkau gariskan. Rencana-Mu selalu yang terbaik.

Gelar ini kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta dan
para kakak yang tiada henti memberikan dukungan dan doa tulusnya.
Kata terima kasih takkan pernah cukup untuk membalas setiap tetes
keringat dan kasih sayang yang telah kalian berikan. Semoga Allah
selalu memberikan kita kebahagiaan dan keberkahan. Aamiin...

“Bila ada yang dapat menggetarkan langit, maka itulah doa orang tua”

“Thank Me, Proud of Me”

MOTTO

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرُهُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Katakanlah (Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu. Maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat agar kamu beruntung.”

(QS. Al-Maidah: 100)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Diah Permatasari, lahir di Pandeglang, pada tanggal 11 Maret 2001 yang merupakan anak terakhir dari pasangan Bapak Subagyo dan Ibu Maryam. Jenjang Pendidikan yang sudah ditempuh:

1. MDA Al-Mukhlisin, tahun lulus 2013.
2. SDN Sukasari 3, tahun lulus 2013.
3. SMPN 1 Kaduhejo, tahun lulus 2016.
4. MAN 1 Pandeglang, tahun lulus 2019.
5. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2019
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selama menjadi Mahasiswa, penulis aktif mengikuti berbagai organisasi baik internal maupun eksternal, di antaranya:

1. LDK Ummul Fikroh UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sebagai anggota TOB Intelektual dan Keputrian.
2. KSEI KES UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sebagai anggota Keilmuan dan Riset.
3. GenBI Banten, sebagai Sekretaris II Unit Organisasi dan Keanggotaan.
4. LTSK FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sebagai Kepala Bidang Penerimaan dan Pengelolaan.
5. Rumah Pintar Yatim & Dhuafa Al-Ikhlas Serang, sebagai volunteer.
6. Komunitas Bisa Menulis Indonesia, sebagai anggota.

Adapun kejuaraan lomba yang pernah diraih selama menjadi Mahasiswa, di antaranya:

1. Juara 2 Lomba Debat Ekonomi Syariah Nasional yang diselenggarakan oleh UIN Raden Mas Said Surakarta pada tahun 2021.
2. Juara 1 Lomba Olimpiade Ekonomi Islam yang diselenggarakan oleh KSEI KES UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tahun 2022.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Taala yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta hidayahnya kepada penulis. Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan umat Islam sampai akhir zaman. Alhamdulillah dengan kemudahan dan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, ***“Pengaruh Budaya Populer Islami terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Thrifting (Studi Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah)”***. Penulis menyadari skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., selaku Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di kampus tercinta ini.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah membantu dan mempermudah segala urusan mahasiswa.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M, M.Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang selalu memberikan motivasi dan masukan kepada para mahasiswanya.

4. Bapak Dr. Itang, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Bapak Mochamad Indrajit Roy, M.M., selaku Pembimbing I dan Bapak Surahman M.E., selaku Pembimbing II, yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan arahan serta saran selama penyusunan skripsi.
6. Bapak Rustamunadi, M.H., selaku Penguji I dan Bapak Muhamad Turmudi, S.Ag., M.M., selaku Penguji II yang telah berkenan menguji pada sidang munaqasyah, serta memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Bapak/Ibu Dosen serta Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah memberikan bekal pengetahuan selama masa studi.
8. Keluarga besar, khususnya kedua orang tua tercinta, Bapak Subagyo dan Ibu Maryam, serta para kakak yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi dengan penuh kasih sayang kepada penulis.
9. Bank Indonesia Provinsi Banten yang telah memberikan kesempatan beasiswa kepada penulis serta pengalaman yang berharga selama bergabung dengan Komunitas Penerima Beasiswa Bank Indonesia yaitu Generasi Baru Indonesia (GenBI).
10. Grup Ayngs (Sri M, Savina, Maulidiyah, Bibah, Bungah, Pratiwi) selaku teman terbaik yang telah mewarnai masa-masa perkuliahan dengan segala banyak drama dan tawa, serta menjadi pendengar di saat suka dan duka.

11. Seluruh rekan-rekan mahasiswa seperjuangan, khususnya teman-teman Ekonomi Syariah - B tahun 2019 atas kebersamaan dan dukungannya.
12. Para responden penelitian dan semua pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala partisipasi dan kontribusinya.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun metodologi penulisannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun penulis harapkan guna perbaikan selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 19 September 2023
Penulis,

Diah Permatasari
NIM. 191410072

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	10
F. Kerangka Pemikiran	10
H. Hipotesis Penelitian	13
I. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Konsep Budaya Populer Islami	15
a. Definisi Budaya Populer	15
b. Definisi Budaya Populer Islami	20

c.	Ciri-ciri Budaya Populer Islami	23
d.	Fashion Dalam Islam.....	23
e.	<i>Fashion</i> Sebagai Budaya Populer Islami	26
f.	Indikator Budaya Populer Islami.....	28
B.	Konsep Keputusan Pembelian.....	31
a.	Definisi Keputusan Pembelian	31
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
c.	Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	33
d.	Proses Keputusan Pembelian	35
e.	Indikator Keputusan Pembelian	39
C.	Konsep Produk Fashion Thrifting Bermerek	40
a.	Perkembangan Trend Thrifting	40
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Produk Thrifting	42
c.	Thrifting Menurut Perspektif Islam.....	45
d.	Definisi Merek (<i>Brand</i>).....	47
e.	Tujuan Merek	49
f.	Manfaat Merek	50
g.	Indikator Produk Fashion Thrifting Bermerek.....	51
D.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		59
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B.	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	59
C.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
E.	Operasional Variabel	63
F.	Teknik Analisis Data.....	65

1. Uji Kualitas Data	66
2. Uji Asumsi Klasik	67
3. Analisis Regresi Berganda	68
4. Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Hasil Penelitian.....	71
1. Gambaran Umum Profil UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.....	71
2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	72
3. Analisis Deskriptif Responden	73
4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	76
5. Analisis Uji Statistik.....	83
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ranking <i>Modest Fashion</i> Tahun 2021 dalam <i>GIE Report</i>	2
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2.1 Contoh Model <i>Modest Fashion</i>	27
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	63
Tabel 3.2 Operasional Variabel	63
Tabel 4.1 Karakteristik Tahun Angkatan	73
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3 Karakteristik Usia	74
Tabel 4.4 Karakteristik Sumber Informasi Produk <i>Thrifting</i>	75
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Budaya Populer Islami	76
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk <i>Fashion Thrifting</i> Bermerek	78
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Budaya Populer Islami	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk <i>Fashion Thrifting</i> Bermerek	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.13 Hasil Perbaikan Uji Normalitas	88
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	93
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	94
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Korelasi	96

