

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku/E-book

- Basuki, Agus Tri & Nano Prawoto. 2015. *“Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis”*. Kota Depok: Rajawali Pers
- Browne, Ray B. 2005. *“Profiles of Popular Culture: A Reader”*. England: The University of Wisconsin Press
- Easey, Mike. 2009. *“Fashion Marketing”*. United Kingdom: Wiley-Blackwell
- Firmansyah, M Anang. 2018. *“Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)”*. Yogyakarta: Deepublish
- Firmansyah, M Anang. 2019. *“Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)”*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Hamdi, Asep Saepul & E. Bahrudin. 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan”*. Yogyakarta: Deepublish
- Hardani et al. 2020. *“Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif”*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group
- Heryanto, Ariel. 2012. *“Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru”*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hoyer, D Wayne & Deborah J MacInnis. 2008. *“Consumer Behavior, Fifth Edition”*. Canada: Cengage Learning
- Ida, Rachmah. 2017. *“Budaya Populer Indonesia Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia”*. Surabaya: Airlangga University Press
- Jenks, Chris (Ed: Arie Setyaningrum). 1993. *“Culture”*. London: Routledge

- Keller, Kevin Lane & Vanitha Swaminathan. 2020. *“Strategic Brand Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Fifth Edition)”*. London: Pearson Education Limited
- Kotler Philip & Gary Armstrong. 2018. *“Principles of Marketing, Seventeenth Edition”*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Mothersbaugh, David L & DeI I. Hawkins. 2016. *“Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, Thirteenth Edition”*. New York: McGraw-Hill Education
- Nalendra, Aloysius Rangga Aditya. 2021. *“Statistika Seri Dasar Dengan SPSS”*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia
- Nalendra, Aloysius Rangga Aloysius et al. 2021. *“Statistika Seri Dasar Dengan SPSS”*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia
- Purboyo et al. 2021. *“Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)”*. Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia
- Putri, Debi Eka et al. 2021. *“Brand Marketing”*. Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung
- Rencana Kerja Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah 2020-2022*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
- Saluz, Claudia Nef. 2007. *“Islamic Pop Culture in Indonesia: An Anthropological Field Study on Veiling Practices Among Students of Gadjah Mada University of Yogyakarta”*. Institut für Sozialanthropologie der Universität Bern
- Sitorus, Sunday Ade et al. 2022. *“Brand Marketing: The Art of Branding”*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia
- Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. 2015. *“Dasar Metodologi Penelitian”*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- State of The Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity*. 2022. DinarStandard

- Storey, John. 2015. *“Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction, Seventh Edition”*. New York: Routledge Taylor & Francis Group
- Sulistiyowati, Wiwik & Cindy Cahyaning Astuti. 2017. *“Statistika Dasar: Konsep dan Aplikasinya Dalam Penelitian”*. Jawa Timur: UMSIDA Press
- Surrahman et al. 2016. *“Metode Penelitian”*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Suyono. 2015. *“Analisis Regresi Untuk Penelitian”*. Yogyakarta: Deepublish
- Weintraub, Andrew N. 2011. *“Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia”*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group
- Williams, Raymond. 1983. *“Keywords: A Vocabulary of Culture and Society”*. New York: Oxpord University Press

### **Jurnal & Skripsi**

- Adji, Nella Linggar & Dyva Claretta. 2023. “Fenomena Thrift Shop Di Kalangan Remaja: Studi Fenomenologi Tentang Thrift Shop Di Kalangan Remaja Surabaya”. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. Vol. 3, No. 1, 36–44
- Afifurrahman, Muh & Marheni Eka Saputri. 2021. “Pengaruh Fashion Lifestyle dan Self Image Terhadap Impulsive Buying Pakaian Thrifting di Kota Bandung”. *e-Proceeding of Management*. Vol. 8, No. 5, 5958-5966
- Agnesvy, Faninda & Mochamad Iqbal. 2022. “Penggunaan Trend Fashion Thrift sebagai Konsep Diri pada Remaja di Kota Bandung”. *Avant Garde*. Vo. 10, No. 02, 254-271
- Agustina, Hafifah, 2018. *“Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas (Studi di Pasar Perumnas Way Halim Bandar Lampung)”*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

- Akmaliah, Wahyudi. 2014. "When Ulama Support a Pop Singer Fatin Sidqiah and Islamic Pop Culture in Post-Suharto Indonesia". *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*. Vol. 52, No. 2, 351-373
- Andriani, Arwita Dwi & Christina Menuk Sri H. "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya". *Journal of Sustainability Business Research*. Vol. 2, No. 1, 194-207
- Anwar, Roseline Mannuela et al. 2023. "Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif dan Literasi Keuangan Terhadap Keinginan Berinvestasi Pada Generasi Milenial". *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 21, No. 2, 1-15
- Arsita, Nurul & Vicky F Sanjaya. 2021. "Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial". *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*. Vol. 07, No. 02, 125-131
- Balqies, Annisa Karimah & Jupriani. 2021. "Campaign "Thriftling" Sebagai Solusi Limbah Fashion". *dekave*. Vol. 12, No. 2, 186-194
- Cahyaputeri, Regitha & Bruno Hami Pahar. 2022. "Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan, dan Budaya Populer Terhadap Keputusan Pembelian Michuu Coffee". *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*. Vol. 14, No. 2, 83-90
- Chrisnawati, Dian & Sri Mualiati Abdullah. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Bestatus Sosial Ekonomi Rendah)". *Jurnal Spirits*. Vo. 2, No. 1, 1-14
- Fitrah, Donna Isyrina & Wendy Andhika Prajuli. 2022. "Islamic Popular Culture: In Search of a Place in Indonesian Diplomacy". *Conference: EuroSEAS (Campus Condorcet, Paris-Aubervilliers)*, 1-10

- Fitria, Tira Nur et al. 2022. "The Phenomenon of Thrifting in State Law and Islamic Economic Perspective: A Business of Second Branded Fashion Trends for Young People". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 8, No. 03, 2423-2433
- Ganesha Tri Putra et al. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store di Instagram". *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*. Vol. 1, No. 2, 129-136
- Ghilmansyah, Rifky et al. 2022. "Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor". *Jurnal Nomosleca*. Vol. 8, No. 1, 1-16
- Hajjar, Siti et al. 2023. "Pengaruh Marketing Mix dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang". *Jurnal Matua*. Vol. 5, No. 1, 63-75
- Hanif, Muh. 2011. "Studi Media dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisme dan Postmodernisme". *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah & Komunikasi*. Vol. 5, No. 2, 1-13
- Hasyim, Muhammad. 2016. "*Kajian Budaya dan Media*". Universitas Hasanuddin
- Huda, Nurul et al. 2023. "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*. Vol. 3, No. 1, 12
- Identiti. 2022. "Brand Awareness Sebagai Pemeditasi Mempengaruhi Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslimah Rabbani". *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol. 3, No. 3, 1684-1694
- Irmayanti, Lulu et al. 2022. "Analisis Kesadaran Industri Fashion Dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) Melalui Produksi Dan Konsumsi Sustainable Fashion Menurut Perspektif Ekonomi". *Youth & Islamic Economic Journal*. Vol. 03, No. 02, 1-18

- Istiqomah, Annisa. 2020. "Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban". *JPW: Jurnal Politik Walisongo*. Vol. 2, No.1, 47-54
- Jailani, Novalini et al. 2022. "An Opportunity to Develop Halal Fashion Industry in Indonesia Through E-Commerce Platform". *TADAYUN: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 3, No. 2, 121-132
- Jati, Wasisto Raharjo. 2015. "Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia". *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*. Vol. 5, No. 1, 139-163
- Khotimah, Nurul. 2021. "Budaya Populer Dalam Pespektif Komunikasi Lintas Budaya". *Iqtiba: Journal of Da'wah and Communication*. Vol. 1, No. 1, 43-56
- Lativia, Elva et al. 2022. "Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor". *Jurnal Iqtisaduna*. Vo. 8, No. 2, 80-97
- Maulana, Nora & Zulfahmi. 2022. "Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global". *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 8, No. 2, 136-150
- Maulidah, Fa'ziah & Irma Russanti. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas". *e-Journal*. Vo. 10, No. 02, 62-66
- Nirmala, Dina Aprilia & Saino. 2021. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian". *Akuntabel*. Vol. 18, No. 3, 417-426
- Novarianti, Ariska Dian & Andri Ardhiyansyah. "Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas". *SENMABIS: Conference Series*. Vol. 1, No. 1, 31-37
- Permatasari, Amirah Shinta et al. 2021. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop Terhadap Tingkat Konsumsi Fashion Di Masa Pandemi". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 11, No. 194-107

- Pratama, Armaditya Budi & Saino. 2021. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen*. Vo. 13, No. 4, 630-637
- Pratiwi, Angrum. 2019. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah (Studi Perguruan Tinggi di Wilayah Kalimantan Timur)". *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*. Vol 13, No. 2, 213-258
- Pratiwi, Fransisca Triyana Resti et al. 2020. "Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga Terhadap Purchase Intention". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7, No. 1, 55-60
- Prawira Erik Bayu & Maswadi Desma Rahadhini Hidayat. 2019. "Analisis Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Korea di Kota Pontianak". *Jurnal Sains Pertanian Equator*. Vo. 8, No. 3, 1-10
- Rahmawati, Titik & Agus Khunaifi. 2019. "Etika Berpakaian Dalam Islam (Studi Tenatik Akhlak Berpakaian Pada Kitab Shahih Bukhori)". *Jurnal Inspirasi*. Vol. 3, No. 1, 55-80
- Ristiani, Nevi et al. 2022. "Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung". *SOCIOLOGIE: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi*. Vol. 1, No. 2, 186-195
- Saputro, Rivaldi L. 2018. "Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)". *AntroUnairdotNet*. Vol. VII, No. 03, 335-349
- Shelviana Mira et al. 2019. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 19, No. 1, 42-53
- Sumiati. 2020. "Dampak Etnosentrisme dan Budaya Populer terhadap Sikap Konsumen serta Implikasinya terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 4, No. 2, 27-31

- Sya'idah Evi Husniati et al. 2020. "Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian". *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5, No. 3, 204-216
- Syakira, Adlien Diva et al. 2023. "Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif dan Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas". *Jurnal Pendidikan Tambusari*. Vol. 7, No. 2, 7448-7460
- Syakira, Atira & Lamtiur R J Lumban Gaol. 2022. "Pengaruh Citra Produk Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Thrift Store". *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*
- Taufik, M & Amalia Taufik. 2019. "Hijrah dan Budaya Pop: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok West Nusatenggara". *teosofi: Jurnal Tasawuf Islam Indonesia*. Vol. 8, No. 2, 97-116
- Tri Putra Ganesha et al. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store di Instagram". *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*. Vol. 1, No. 2, 129-136
- Virgina. Ghea Sesaria. 2022. "*Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya*". Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Wardhani, Fitri Diah. 2019. "*Faktor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro*". Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
- Wicaksono, Satria Adhi. 2015. "*Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*". Universitas Negeri Semarang
- Widiyawati, Ari. (n.d) "Pengaruh Masyarakat Islam Dalam Pertumbuhan Ekonomi". *Community Development*.
- Yatma, Mitra Nugraha. 2018. "*Anteseden Minat Beli Terhadap Barang Branded (Studi Pada Konsumen Sepatu Branded di Indonesia)*". Universitas Islam Indonesia Yogyakarta



Yuniar Suci Rahmatillah Haromaini & Sri Abidah Suryaningsih. 2023. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim Lozy Hijab”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vo. 6, No. 1, 21-31

### Website

Ali, Ahmad. 2023. “Kriteria Fesyen Muslim dan Muslimah Dalam Kajian Fiqh”. <https://Islam.nu.or.id/syariah/kriteria-fesyen-muslim-dan-muslimah-dalam-kajian-fiqih-RSVCG>. (Diakses 25 Juni 2023)

Aria, Pingit. 2021. “Survei KIC: Generasi Z Makin Banyak Adopsi Layanan Digital Kala Pandemi”. *Survei KIC: Generasi Z Makin Banyak Adopsi Layanan Digital Kala Pandemi - E-commerce Katadata.co.id*. (Diakses pada 6 April 2023)

Bayu, Jarot Dimas. 2021. “Produk Fesyen Paling Banyak Dicari Konsumen saat Belanja Online”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-fesyen-paling-banyak-dicari-konsumen-saat-belanja-online>. (Diakses 16 Maret 2023)

Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/>

Website Resmi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. <https://uinbanten.ac.id/>. (Diakses pada 22 Oktober 2023)

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### I. Identitas Responden

Nama Lengkap :

Jurusan :

Ekonomi Syariah

Tahun Angkatan :

2019  2021

2020

Jenis Kelamin :

Laki-laki  Perempuan

Usia :

18 – 20 Tahun  > 24 Tahun

21 – 23 Tahun

Apakah Anda Mengetahui *Thrifting*? :

Ya  Tidak

Dari Mana Anda Mengetahui *Thrifting*? :

Teman/Kerabat  Pusat Perbelanjaan

Media Sosial  Lainnya

*E-Commerce*

#### II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas terlebih dahulu sebelum menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.
2. Bacalah pernyataan dengan baik dan benar.

3. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pilihan/kondisi Anda dengan memberi tanda centang atau mengisi slot yang tersedia. Adapun ketentuan penilaian kuesioner ini sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1
- Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- Netral (N) = Skor 3
- Setuju (S) = Skor 4
- Sangat Setuju (SS) = Skor 5

### III. Item Pernyataan Variabel Penelitian

#### Variabel Budaya Populer Islami (X1)

No.	Pernyataan Indikator	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Pemahaman						
1.	Budaya Populer Islami adalah budaya yang modern dan populer namun tetap islami.					
2.	Budaya Populer Islami dapat dipengaruhi oleh tren, globalisasi, dan kemajuan teknologi.					
3.	<i>Fashion</i> muslim merupakan salah satu contoh dari produk Budaya Populer Islami.					
Sikap dan Perilaku						

4.	Saya selalu mengikuti perkembangan budaya populer Islami, terutama <i>fashion</i> muslim.					
5.	Saya memilih menggunakan produk islami yang sedang populer karena membuat saya semakin percaya diri.					
6.	Budaya Populer Islami mempengaruhi gaya <i>fashion</i> saya.					
Persepsi						
7.	Sebagai seorang Muslim, sudah seharusnya menggunakan <i>fashion</i> yang islami dalam aktivitas sehari-hari.					
8.	Menurut saya, Budaya Populer Islami dapat berkembang mengikuti arus modernisasi namun tetap dalam batasan koridor Islam.					
9.	Menurut saya, Budaya Populer Islami mendukung perkembangan industri halal di Indonesia.					

**Variabel Produk *Fashion Thrifting* Bermerek (X2)**

No.	Pernyataan Indikator	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Kesadaran Merek</b>						
1.	Saya mengetahui beberapa nama merek pada produk <i>thrifting</i> .					
2.	Saya mampu mengenali langsung sebuah merek produk <i>thrifting</i> dengan melihat logo, simbol, atau model.					
3.	Produk dengan mudah dikenali dibanding produk lain yang tidak bermerek.					
<b>Asosiasi Merek</b>						
4.	Produk yang bermerek mudah diingat.					
5.	Produk <i>thrifting</i> yang bermerek memiliki kesan yang positif.					
6.	Produk <i>thrifting</i> yang bermerek sesuai dengan gaya hidup.					
<b>Persepsi Merek</b>						
7.	Produk <i>thrifting</i> yang bermerek memiliki kualitas yang baik.					
8.	Menggunakan produk <i>thrifting</i> yang bermerek dapat meningkatkan kepercayaan diri bagi pemakainya.					

9.	Menggunakan produk <i>thrift</i> yang bermerek memiliki kesan berkelas bagi pemakainya.					
<b>Loyalitas Merek</b>						
10.	Produk <i>thrift</i> yang bermerek lebih saya sukai.					
11.	Menggunakan produk <i>thrift</i> yang bermerek akan menjadi pilihan utama.					
12.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk <i>thrift</i> yang bermerek.					

### **Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan Indikator	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Pengenalan Kebutuhan</b>						
1.	Saya membeli produk <i>thrift</i> untuk memenuhi kebutuhan <i>fashion</i> .					
2.	Saya membeli produk <i>thrift</i> karena mempertimbangkan harga yang terjangkau.					
3.	Saya membeli produk <i>thrift</i> yang islami karena ingin tampil <i>trendy</i> namun tetap sopan.					
<b>Kemantapan Pada Sebuah Produk</b>						

10.	Saya membeli produk <i>thrifting</i> karena banyak orang yang menggunakannya.					
11.	Saya membeli produk <i>thrifting</i> karena mendapatkan rekomendasi yang positif dari teman dan kerabat.					
12.	Saya merasa yakin membeli produk <i>thrifting</i> yang islami dan bermerek karena terjamin kualitas dan kehalalannya.					
Pembelian Ulang						
13.	Saya akan membeli kembali produk <i>thrifting</i> karena bisa mendapatkan produk yang unik dan bermerek dari berbagai <i>brand</i> ternama.					
14.	Saya akan membeli kembali produk <i>thrifting</i> yang islami dan bermerek untuk menunjang penampilan saya.					
15.	Saya akan membeli kembali produk <i>thrifting</i> yang islami dan bermerek karena puas dengan manfaat yang diberikan.					



## Lampiran 2. Tabulasi Data

No.	Budaya Populer Islami (X <sub>1</sub> )										Produk <i>Fashion Thrifting</i> Bermerek (X <sub>2</sub> )													
	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	X <sub>1</sub>	Total	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41	
2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	30	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	38	
5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	36	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	50	
6	5	4	4	3	4	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
8	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38	
9	5	5	4	5	3	3	5	5	5	40	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	52	
10	3	5	3	4	4	4	4	4	3	34	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	38	
11	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	56	
12	3	3	4	3	3	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	45	
13	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
14	4	3	4	3	3	3	4	4	4	32	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	43	
15	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	3	4	4	5	3	2	5	4	3	4	4	5	46	
16	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	43	
17	5	5	3	2	3	2	2	3	3	28	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	34	
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	55	
19	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	43	

21	3	5	5	5	5	5	5	4	5	42	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	47
22	5	5	5	4	4	3	5	4	5	40	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	45
23	2	2	3	3	2	3	5	2	4	26	1	1	5	4	4	3	3	4	4	4	3	39
24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
25	3	4	3	4	3	4	5	4	5	35	5	5	3	5	2	3	2	1	5	4	3	41
26	5	5	5	4	4	4	5	3	4	39	2	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	38
27	4	4	4	3	4	3	3	3	4	32	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	42
28	5	4	5	3	3	4	5	5	5	39	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	40
29	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	2	38
30	5	4	5	3	3	3	3	5	5	36	4	4	4	5	5	3	2	3	2	4	3	42
31	4	4	4	4	3	3	2	4	4	32	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	37
32	5	5	5	3	4	5	5	5	5	42	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	53
33	4	3	4	4	5	5	5	4	5	39	4	4	4	5	5	5	3	5	3	4	4	51
34	3	3	4	4	4	4	5	5	5	37	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	39
35	2	3	4	1	5	1	1	3	2	22	2	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	49
36	5	4	5	4	5	5	4	5	3	40	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	52
37	5	4	5	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	39
40	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45
41	5	5	4	4	3	5	4	5	5	40	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	56
42	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40	3	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	47
43	4	5	4	3	2	4	5	4	5	36	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	44
44	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33	2	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	39
45	4	5	5	3	4	3	4	4	3	35	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	3	48

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	2	2	3	4	4	3	4	4	4	3	41
49	4	1	4	4	3	5	4	4	4	4	33	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	39
50	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	39	2	2	4	4	3	3	4	2	5	3	38
51	4	5	5	3	3	3	5	4	4	4	36	4	3	5	5	4	3	5	4	4	3	46
52	2	3	3	3	3	4	5	4	4	4	31	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	33
53	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	41
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	39	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	55
56	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	42	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	51
57	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	34	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	42
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	38	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	45
60	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	38	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	31
61	3	2	3	4	5	4	5	5	5	5	36	2	1	3	5	3	2	1	2	2	3	26
62	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	51
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	43
64	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	35	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	48
65	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	51
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
67	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	34	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	40
68	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	38	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
69	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	42	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	47
70	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	36	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	44



<b>11</b>	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42
<b>12</b>	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
<b>13</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>14</b>	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
<b>15</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>16</b>	4	4	5	4	3	5	5	5	5	40
<b>17</b>	3	4	3	3	3	4	3	3	4	30
<b>18</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
<b>19</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
<b>20</b>	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
<b>21</b>	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
<b>22</b>	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
<b>23</b>	4	4	3	1	1	4	4	4	4	29
<b>24</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
<b>25</b>	4	2	4	5	4	3	3	4	3	32
<b>26</b>	3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
<b>27</b>	3	4	3	3	4	3	4	4	3	31
<b>28</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
<b>29</b>	2	2	4	3	4	4	4	4	4	31
<b>30</b>	2	4	4	1	3	3	3	3	3	26
<b>31</b>	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>33</b>	4	4	5	3	4	4	5	5	5	39
<b>34</b>	2	3	2	2	3	2	3	3	2	22
<b>35</b>	3	2	4	3	4	3	3	3	3	28
<b>36</b>	3	4	4	3	4	4	5	5	5	37
<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>38</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>39</b>	3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
<b>40</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
<b>41</b>	5	5	4	5	5	5	5	4	5	43
<b>42</b>	3	4	5	4	3	3	5	4	4	35
<b>43</b>	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
<b>44</b>	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32

45	1	1	1	1	2	3	3	3	3	18
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	2	3	2	2	2	2	2	2	3	20
49	2	5	3	3	3	4	3	4	5	32
50	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
51	3	3	4	3	5	5	3	4	4	34
52	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
53	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	4	5	4	3	4	5	5	4	4	38
56	2	2	5	3	5	5	5	5	5	37
57	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	3	4	4	3	4	3	3	3	3	30
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
61	3	4	5	2	5	5	5	5	5	39
62	2	4	3	2	2	3	3	2	3	24
63	5	4	5	5	5	4	4	3	2	37
64	4	4	4	4	5	5	4	4	3	37
65	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
66	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
67	3	3	4	3	3	4	4	3	3	30
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
69	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
70	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
71	4	5	4	2	2	4	2	4	4	31
72	4	4	4	4	3	4	3	3	3	32
73	2	4	3	4	5	3	3	2	3	29
74	4	5	5	3	4	5	4	3	4	37
75	3	4	4	3	4	4	4	3	3	32
76	3	4	4	3	4	4	4	4	3	33
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
78	3	4	3	3	4	3	4	3	3	30

<b>79</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
<b>80</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>81</b>	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
<b>82</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>83</b>	4	5	3	5	5	4	5	5	3	39
<b>84</b>	2	4	4	3	4	4	3	3	3	30

### Lampiran 3. R Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468



## Lampiran 4. T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

## Lampiran 5. F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79

## Lampiran 6. Buku Bimbingan Skripsi



### BUKU

### BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Diah Permatasari  
NIM : 191910072  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2022  
Judul Skripsi : Pengaruh Budaya Populer Islam dan Fashion Bermerek terhadap Keputusan Pembelian Produk <sup>fashion</sup> Thrifting (Studi Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten Jurusan Ekonomi Syariah)  
Pembimbing I : Moch. Indrajit Roy, M.M.  
Pembimbing II : Surahman, M.E.

Pembimbing I

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
1.	05/06 2023	- Perbaiki footnote - Perbaiki font - Bimbingan bab 1-3	<i>Pu</i>
2.	11/07 2023	Bab II	<i>Pu</i>

Pembimbing I

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
3		Bab III	<i>Pu</i>
4.	13/09 2023	Bab IV - ACC	<i>Pu</i>

Pembimbing I

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
5	13/9 2023	Bab V	<i>Pu</i>
6.	13/9 2023	Acc	<i>Pu</i>

Pembimbing II

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
1.	19/06/2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perubahan posisi teori yaitu simbuli dari variabel Y.</li> <li>- Tambahkan teori / contoh mengenai budaya fashion dan Islam.</li> <li>- Pembahasan mengenai sustainable fashion ditambahkan.</li> <li>- Lengkapi bagian hipotesis Penelitian.</li> <li>- Cek format.</li> </ul>	
2.	27/06/2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulisan tempat penelitian lebih detail / fokus pada tempatnya langsung (Eks, Feas, UTM smk Banten).</li> <li>- Konsistensi penulisan antara Judul dan program studi (pilih salah satu).</li> <li>- Data populasi &amp; sampel mahasiswa S1 pabab anri</li> <li>- Setiap reditrator harus sama jumlahnya (min. 3)</li> <li>- Boleh pake backy note</li> <li>- Perbanyak jurnal &amp; minimal-kan refer dari web / buku.</li> </ul>	

Pembimbing II

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
3.	10/07/2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ACC Kuesioner dan Populasi penelitian</li> <li>- Tambahkan kata fashion di variabel Y = (keputusan pembelian produk fashion shopping).</li> <li>- Form kuesioner siap dikirim melalui WA agar bisa dicak.</li> </ul>	
4.	18/09/2023	ACC Bab 4 & 5	

Pembimbing II

No	Tanggal	Uraian Tahap Bimbingan	Tanda Tangan
5.	19/09/2023	Revisi Abstrak	
6.	19/09/2023	Acc	