

MINAT BELI GENERASI Z TERHADAP FESYEN MUSLIM DI
KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS

SKRIPSI



NAMA : SETYAWAN DWI SANTOSO

NIM UNIVERSITAS 43116010088

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2020

MINAT BELI GENERASI Z TERHADAP FESYEN MUSLIM DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NAMA : SETYAWAN DWI SANTOSO
NIM 43116010088

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setyawan Dwi Santoso

NIM 43116010088

Program Studi : Manajemen

Menyertakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 01 Februari 2021



Setyawan Dwi Santoso
NIM: 43116010088

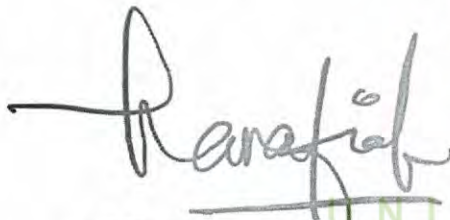
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Setyawan Dwi Santoso
Nim : 43116010088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Minat Beli Generasi Z terhadap Fesyen Muslim di
Kalangan Mahasiswa Universitas
Tanggal Lulus Ujian : 03 Februari 2021

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Ali Hanafiah, SE, MM

Tanggal: 9 Februari 2021



Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D

Tanggal: 8 Februari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal:



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal:

ABSTRAK

Generasi Z sekarang banyak menggemari trend fesyen muslim. Di beberapa universitas banyak mahasiswa yang mengenakan fesyen muslim, dan mereka tidak ragu lagi untuk mengenakan fesyen muslim tersebut sebagai busana keseharian mereka. Busana muslim merupakan salah satu item fesyen yang banyak dikenakan masyarakat muslim di Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh religiusitas, komunitas dan *materialism* terhadap minat beli mahasiswa terhadap fesyen muslim. dengan jumlah Sampel sebanyak 160 responden mahasiswa muslim di kalangan universitas dengan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling yang selanjutnya dianalisis dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki pengaruh positive terhadap minat beli. Hal ini berarti religiusitas, *materialism* dan komunitas secara simultan berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa terhadap produk fesyen muslim memerlukan sedikit perbaikan atau peningkatan pada beberapa aspek-aspek lain yang kurang diperhatikan berdasarkan saran yang telah diberikan oleh penulis.

Kata kunci : religiusitas, *materialism*, komunitas, minat beli, *partial least square*

ABSTRACT

Z generation is now a big fan of Muslim fashion trends. In some universities there are many students who wear Muslim fashion, and they no longer hesitate to wear Muslim fashion as their daily clothing. Muslim fashion is one of the many fashion items worn by Muslim communities in Indonesia. The purpose of this research is to examine the effect of religiosity, community and materialism on students' buying interest in Muslim fashion. with a total sample of 160 Muslim student respondents in the university with a purposive sampling technique which was then analyzed using the Smart-PLS analysis tool. The results showed that all variables have a positive influence on buying interest. This means that religiosity, materialism and community simultaneously influence student buying interest in Muslim fashion products that require a little improvement or improvement in some other aspects that are not heeded based on the advice given by the author.

Keywords: religiosity, materialism, community, buying interest, partial least square

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan karunia Tuhan Yang Maha Kuasa, berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah “Mina Beli Generasi Z Terhadap Fesyen Muslim Dikalangan Universitas”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan penulis. Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam proses menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nagadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ali Hanafiah, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, Tine Yuliantini, S.Par.,MM, dan Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris 1 dan 11 program

studi manajemen S1.

6. Bapak dan Ibu dosen pengajar peminatan pariwisata yang telah membantu dalam mengarahkan, memberikan saran dan memotivasi dalam menyusun proposal ini.
7. Kedua orang tua terkasih, saudara dan saudari peneliti atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
8. Teman seperjuangan Rama, Gusti, Yosicha, Sebrina Reksa Safitri, Bella Amelia.
9. Teman seperbimbingan yang saling membantu dan menguatkan satu sama lainnya.
10. Serta Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini.

Jakarta, Agustus 2020

Setyawan Dwi Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen	12
a. Pengertian Manajemen	12
b. Fungsi Manajemen.....	12
c. Manajemen Pemasaran	14
2. Perilaku Konsumen	15
3. Pemasaran Fesyen Muslim	15
a. Fesyen	15
b. Fesyen Muslim.....	15
c. Bandwagon Effect.....	16
4. Generasi Z	17
5. Minat Beli	17
a. Pengertian Minat Beli	17
b. Indikator Minat Beli.....	18
6. Religiusitas	19
a. pengertian Religiusitas.....	
b. Indikator Religiusitas	19

7. <i>Materialism</i>	21
a. Pengertian <i>Materialism</i>	21
b. Indikator <i>Materialism</i>	21
8. Efek Komunitas	22
a. Pengertian Efek Komunitas	22
b. Indikator Efek Komunitas.....	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hubungan antar Variabel	27
D. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
1. Variabel Dependen	31
2. Variabel Independen	31
D. Skala Pengukuran Vsriabel.....	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
1. Populasi.....	34
2. Sampel	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	36
1. Data Primer.....	37
2. Data Skunder	37
G. Metode Analisis Data	37
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	38
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Fesyen Muslim di Indonesia	44
2. Sejarah Fesyen Muslim.....	45
B. Statistik Deskriptif.....	45
1. Deskriptif Responden	45
2. Deskriptif Variabel	47

a. Deskriptif Variabel Religiusitas (X1).....	47
b. Deskriptif Variabel <i>Materialism</i> (X2)	49
c. Deskriptif Variabel Komunitas (X3)	50
d. Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	52
C. Metode Analisis Data	53
1. Evaluasi Uji <i>Measurement</i> (Outer Model)	55
a) Convergent validity	55
b) Discriminat Validity	58
c) <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i>	61
1. Pengujian Model Struktural /Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	61
a) Hasil Variance Inflation Factor (VIF).....	61
b) Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	62
c) Nilai R-Square	64
d) F-Square.....	65
e) Prediction Relevance (Q^2)	65
D. Pembahasan Hasil	66
1. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli	67
2. Pengaruh Komunitas terhadap Minat Beli	68
3. Pengaruh <i>materialism</i> terhadap Minat Beli	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. SIMPULAN	70
B. SARAN	71
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Pra Survey	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	34
Tabel 3. 3 <i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	39
Tabel 3. 4 <i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif	40
Tabel 3. 5 Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Responden.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Deskriptif Variabel Religiusitas	49
Tabel 4. 3 Hasil Deskriptif Variabel <i>Materialism</i>	50
Tabel 4. 4 Hasil Deskriptif Variabel Komunitas.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Deskriptif Variabel Minat Beli	53
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	57
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	59
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	61
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT))</i>	61
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha's</i>	62
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Collinearity Statistic (Variance Inflation Factor (VIF))</i>	56
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i>	63
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian R^2	65
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>f square</i> (f^2).....	66
Tabel 4. 15 <i>Prediction Relevance</i> (Q^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat <i>Global Islamic Economy Indicator</i> 2018/2019.....	2
Gambar 1.2 Top 10 Halal fesyen	3
Gambar 1.3 GIEI Score Indonesia dalam Bidang Modest Fesyen 2014-2018	4
Gambar 1.4 Tekstil dan pakaian: Menuju produsen functional clothing terkemuka.....	3
Gambar 1.5 Volume Penjualan Fesyen Muslim 2014 – 2016	7
Gambar 2. 1 Model Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4. 1 Hubungan Struktural	55
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS	58
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 - KUESIONER PENELITIAN.....	81
LAMPIRAN 2 – DATA KARAKTERISTIK.....	86
LAMPIRAN 3 – HASIL ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK.....	101
RESPONDEN PENELITIAN	103
LAMPIRAN 4 – DATA HASIL PENELITIAN.....	106
LAMPIRAN 5 – HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN..	110
LAMPIRAN 6 – HASIL ANALISIS PENGUJIAN OUTER.....	113

