

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR
PRIBADI, DAN FAKTOR PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB
(Studi Kasus Mahasiswi di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

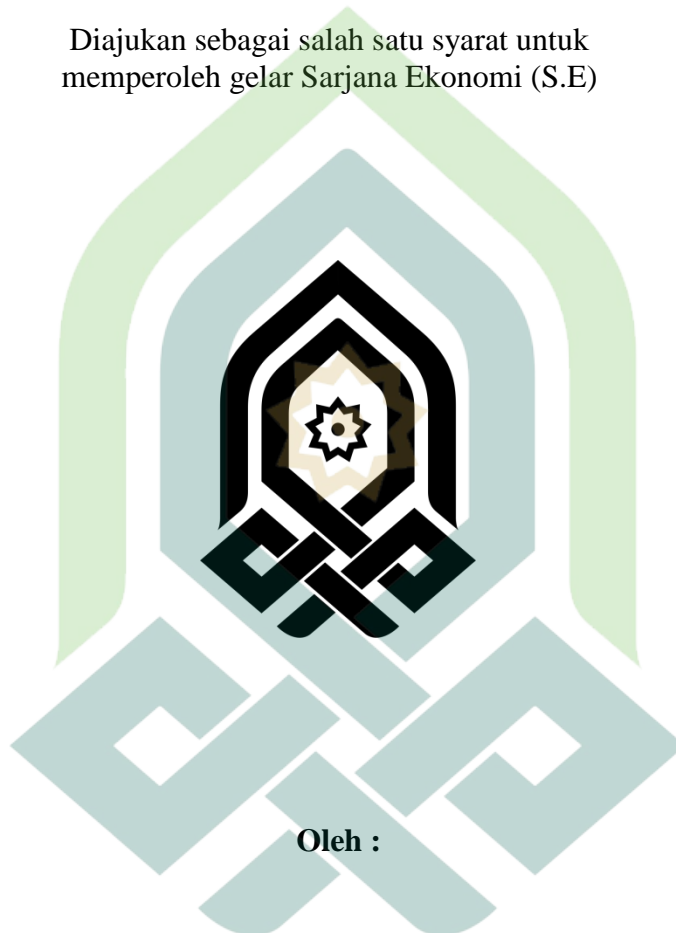
WULaida FITRI AKMALA
NIM. 2013114093

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR
PRIBADI, DAN FAKTOR PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB
(Studi Kasus Mahasiswi di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

WULAI DA FITRI AKMALA
NIM. 2013114093

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wulaida Fitri Akmal
NIM : 2013114093
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Angkatan : 2014

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi di Pekalongan)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 29 November 2018

Yang menyatakan,



WULaida FITRI AKMALA
NIM. 2013114093



NOTA PEMBIMBING

Ali Amin Isfandiar M.Ag
Griya Kabunan Asri No. A2 Rt.05/01, Kabunan Dukuhwaru Kab. Tegal

Lamp : 3 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Wulaida Fitri Akmala

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Wulaida Fitri Akmala**
NIM : **2013114093**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Di Pekalongan)**

Dengan ini mohon agar Skripsi saudara tersebut segera dapat dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 29 November 2018

Pembimbing Skripsi

Ali Amin Isfandiar. M.Ag
NIP. 197408122005011002



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pahlawan, Kajen, Kabupaten Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **WULaida FITRI AKMALA**
 NIM : **2013114093**
 Judul Skripsi : **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi di Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Desember 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si
 NIP.196902272007121001

Penguji II

Drajat Stiawan, M.Si
 NIP. 198301182015031001



Pekalongan, 18 Januari 2019

Disahkan oleh
 Dekan,

Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
 NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha



د	dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (*tasyid, geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas kehendak-Nya bisa terselesaikan karya sederhana ini. Semoga karya ini menjadi amal sholeh bagiku dan menjadi kebanggan bagi keluargaku tercinta, ku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Warjo dan Ibu Nadhiroh pahlawan ku dan belahan jiwa ku tanpa kalian aku bukan siapa-siapa. Atas doa, kesabaran, dan dukungan kalian selama ini akhirnya skripsi ini terselesaikan. Terimakasih juga telah mengiringi langkahku dengan doa dan kerja keras kalian. Semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT dan dimudahkan segala urusan kita kedepannya.
2. Adikku Moh. Rizqi Dwi Yuliyanto yang selalu memberi semangat dan menghibur kakaknya selama ini.
3. Kepada sahabat-sahabatku yang tidak bisa kusebut satu persatu. Terimakasih atas dukungan, dan motivasi selama ini.



MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah, 6-8)

“...kaki yang akan berjalan lebih jauh, tangan yang akan berbuat lebih banyak, mata yang akan menatap lebih lama, leher yang akan lebih sering melihat ke atas, lapisan tekad yang seribu kali lebih keras dari baja, dan hati yang akan bekerja lebih keras, serta mulut yang akan selalu berdoa...”

(5cm)

ABSTRAK

Akmala, Wulaida Fitri. 2018. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Di Pekalongan), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Pembimbing: Ali Amin Isfandiari, M.Ag.

Kebutuhan konsumen akan jenis produk jilbab selalu berubah. Mereka memenuhi kebutuhannya untuk aktivitas sehari-hari. Perilaku keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jilbab.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuesioner. Sedangkan data sekunder berasal dari literature-literatur, data mahasiswi. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrument pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda serta uji hipotesis dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian, uji validitas semua item pertanyaan dinyatakan valid, hasil pengujian uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel. Hasil pengolahan data dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -1,628 + 0,429X_1 + 0,64X_2 + 0,207X_3 + 0,197X_4 + e$. Koefisien determinasi yang terlihat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,533 yang berarti 53,5% variabel keputusan pembelian jilbab dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini variabel faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jilbab. Sedangkan variabel faktor sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jilbab. Nilai F hitung sebesar 28,937 dan signifikan pada 0,000 < dari $\alpha = 0.05$ yang berarti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian jilbab diterima.

Kata Kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologi dan Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT pengatur seluruh alam raya. Sholawat serta salam semoga tercurah pada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para sahabatnya, dan orang-orang yang mengikuti jejak langkahnya. Dengan pertolongan dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Di Pekalongan)” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian Strata Satu (S1) Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Ucapan terimakasih tak lupa penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan laporan ini, yaitu kepada:

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rahmawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Agus Fakhрина, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. H. Ahmad Rosyid S.E., M.Si, selaku wali dosen yang telah menyetujui judul dan penelitian ini.



5. Ali Amin Isfandiar, M.Ag., selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah menyetujui penelitian ini dan terimakasih atas dan segala arahan serta bimbingannya selama ini, serta meluangkan waktu untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
6. Almameterku IAIN Pekalongan.
7. Bapak dan Ibu perpustakaan IAIN Pekalongan yang telah memberikan pelayanan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Atas semua bantuannya, kepada mereka peneliti hanya mampu membalas dengan ucapan “Jazakumullah Khairan Katsiran”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Pekalongan, 29 November 2018
Penulis,

Wulaida Fitri Akmala
NIM. 2013114093



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KERANGKA TEORI.....	14
A. Landasan Teori	14
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
a. Faktor Budaya	15
b. Faktor Sosial.....	16
c. Faktor Pribadi	17
d. Faktor Psikologi	19
3. Perilaku Konsumen Muslim	21
4. Keputusan Pembelian	25



a.	Perilaku Pembelian.....	25
b.	Struktur Keputusan Pembelian.....	25
c.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
B.	Penelitian Terdahulu.....	31
C.	Kerangka Berpikir.....	37
D.	Hipotesis.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	39
A.	Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	39
1.	Jenis Penelitian.....	39
2.	Pendekatan.....	39
B.	Lokasi Penelitian.....	40
C.	Variabel Penelitian.....	41
D.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
1.	Populasi.....	45
2.	Sampel.....	45
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	48
E.	Instrumen Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
1.	Instrumen Penelitian.....	48
2.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
F.	Metode Analisis Data.....	50
4.	Uji Instrumen.....	50
a.	Uji Validitas.....	50
b.	Uji Reliabilitas.....	50
5.	Uji Asumsi Klasik.....	51
a.	Uji Normalitas.....	51
b.	Uji Multikolinearitas.....	52
c.	Uji Heterskedastisitas.....	52
3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.	Uji Hipotesis.....	54
a.	Uji T (Secara Parsial).....	54
b.	Uji F (Secara Simultan).....	54
c.	Koefisien Determinasi (R^2).....	55



BAB IV ANALISIS DAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Data	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	57
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	58
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/ Penghasilan Perbulan	59
B. Analisis Data	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	62
3. Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Uji Normalitas.....	63
b. Uji Multikolonieritas.....	64
c. Uji Heteroskedestisitas	65
4. Uji Regresi Linier Berganda	66
5. Uji Hipotesis	68
a. Uji T.....	69
b. Uji F.....	70
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	71
C. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Mahasiswi Aktif 2017/2018.....	3
Tabel 1.2 Data Jilbab dari Masa ke Masa	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jenis Variabel dan Indikator	43
Tabel 3.2 Jumlah Data Mahasiswi Aktif 2017/2018.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/ Penghasilan	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran II : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran III : Kuesioner Penelitian
- Lampiran IV : Tabulasi Data
- Lampiran V : Data Deskripsi Responden
- Lampiran VI : Hasil Output SPSS
- Lampiran VII : Tabel r
- Lampiran VIII : Tabel t
- Lampiran IX : Tabel f

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dunia fashion di Indonesia saat ini mengalami perkembangan dan banyak menyumbangkan perubahan-perubahan. Hal tersebut ditandai dengan munculnya fashion-fashion muslim yang terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Salah satu industri fashion yang menarik adalah pada produk jilbab. Munculnya model jilbab ataupun tren-tren jilbab menimbulkan motivasi ataupun dorongan untuk membeli jilbab dengan berbagai alasan. Dampaknya juga kian terlihat, jika dulu wanita berjilbab lebih banyak wanita dewasa, saat ini jilbab semakin dikenal dan digemari oleh wanita-wanita muda, bahkan remaja-remaja putri. Tentu karena promosinya yang mengatakan kalau berhijab pun bisa terlihat modis. Apalagi mereka dapat berkreasi membentuk variasi jilbab yang mereka inginkan.¹

Dalam momen sosialisasi gelaran *Indonesia Islamic Fashion Fair* (IIFF) 2012 yang bertempat di Skenoo Hall, Gandaria City, Jakarta pada hari Kamis, 09 Agustus 2012 yang dihadiri 146 peserta busana muslim. Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah, mengatakan terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang

¹www.kemenperin.go.id, Artikel: Mmpi Indonesia: *Kiblat Fashion Muslim Dunia*, dikutip tanggal 20 Mei 2018.

menggunakan jilbab. Hal ini selaras dengan perkembangan industri fashion muslim tujuh persen setiap tahun.²

Pola hidup masyarakat pada saat ini cenderung lebih kritis dan peka dalam pemilihan produk yang mereka beli, dimana pada kondisi ini masyarakat sebagai konsumen suatu barang atau jasa akan dapat memilih produk mana yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, keuangan, dan selera. Padatnya aktivitas dan adanya kewajiban menggunakan jilbab bagi wanita muslim, semakin meningkatnya penggunaan jilbab untuk digunakan mereka kapanpun dan dalam momen apapun. Kebutuhan akan produk fashion khususnya produk jilbab saat ini begitu fenomenal pada kalangan masyarakat khususnya usia muda dan mahasiswa, bahkan kemudian menjadi kebutuhan untuk fashion dalam menunjang penampilan mereka di suatu komunitas yang mereka miliki. Penampilan itu mampu mengubah perasaan mereka menjadi nyaman saat memiliki dan membantu mereka dalam melakukan aktivitas. Jilbab sudah menjadi barang yang wajib untuk dimiliki oleh masyarakat muslim, terlebih bagi mahasiswa.

Jumlah mahasiswa di Pekalongan sangatlah banyak. Setiap tahun jumlah mahasiswa khususnya mahasiswa perempuan juga semakin bertambah. Mereka terbagi di beberapa perguruan tinggi seperti IAIN Pekalongan, Universitas Pekalongan, STIE Muhammadiyah dan lain-lain. Terdapat beberapa Jurusan yang ada di perguruan tinggi tersebut, namun terkait dengan perilaku keputusan pembelian, penulis tertarik untuk

²www.kemenerin.go.id,.....,dikutitanggal 20 Mei 2018.

mengambil sampel mahasiswi ekonomi karena pembahasan mata kuliah tentang ekonomi terdapat pada jurusan ekonomi.

Pada tahun akademik 2017/2018 di kampus IAIN Pekalongan jumlah mahasiswi yang aktif jurusan Ekonomi Syariah mencapai 1420 mahasiswi, di kampus Universitas Pekalongan jurusan Manajemen mencapai 793 mahasiswi, dan di kampus STIE Muhammadiyah Pekalongan jurusan Ekonomi Islam mencapai 56 mahasiswi.³

Tabel 1.1
Jumlah Data Mahasiswi Aktif Tahun Akademik 2017/2018

No	Mahasiswi Aktif Tahun Akademik 2017/2018	Jumlah Mahasiswi
1	Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan	1420
2	Jurusan Manajemen Universitas Pekalongan	793
3	Jurusan Ekonomi Islam STIE Muhammadiyah Pekalongan	56

Sumber: BAUAK IAIN Pekalongan, BAAKSI Universitas Pekalongan, dan Kabag TU STIE Muhammadiyah Pekalongan 2018.

³Muhtar Ali Ahmadi, Kepala Bagian Akademik IAIN Pekalongan, Ari Muhardono Kepala Bagian Akademik UNIKAL, Toto, Kepala Bagian TU STIE Muhammadiyah Pekalongan.

Banyak mahasiswi yang memakai jilbab. Namun tidak ada batasan bagaimana model jilbab yang digunakan. Kebebasan akan pemakaian jilbab mendorong mahasiswi mengikuti berbagai model yang berkembang. Beberapa model jilbab yang berkembang dari masa ke masa dapat dilihat pada tabel dibawah ini:⁴

Tabel 1.2
Model Jilbab yang Berkembang

No	Nama Jilbab	Deskripsi
1	Kerudung Cekek	Pemakaiannya dengan cara membelitkan ujung kerudung segi empat ke leher, kemudian diikat erat.
2	Kerudung Si Cinta	Penggunaannya hanya membutuhkan peniti. Kemudian kedua ujung kerudung segi empat dibelitkan di seputar leher agar rapi, ujung lainnya dibiarkan terjantai hingga membentuk siluet yang bagus.
3	Kerudung Pashmina	Dipopulerkan salah seorang desainer ternama Indonesia, Dian Pelangi, pashmina yang awalnya hanya

⁴www.kompasiana.com. *Melihat Tren Hijab dari Masa ke Masa*. Dikutip tanggal 29 Agustus 2018, Pukul 10.00.

		diselendangkan di bahu, dikreasi menjadi kerudung ciamik.
4	Kerudung Syar'i	Muncul karena anjuran banyak ulama untuk memakai kerudung menutupi dada, maka pasarpun dipenuhi kerudung tertutup hingga melebihi dada. Tak jarang ada yang tertutup hingga lutut.
5	Kerudung Segi Empat	Dian Pelangi memprediksi model jilbab yang praktis dan konvensional. "Hijab semakin simpel dan orang semakin senang square scarf yang print scarf. Jadi trennya nanti kalau nggak print atau polos," ujar Dian Pelangi.

Sumber: Data Jilbab dari Masa ke Masa 2018.

Kemunculan model jilbab tersebut mempengaruhi pola kehidupan mahasiswa yang semakin modern dan dinamis dengan kegiatan belajar maupun aktivitas di luar, serta menuntut setiap mahasiswa untuk senantiasa aktif mengikuti segala perubahan yang terjadi. Menurut Nor Hasanah dan Budi Prabowo dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Faktor Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Sunsilk Hijab" menyatakan bahwa keinginan untuk tampil sebagai anggota

masyarakat modern melalui penampilan fisik membuat kebutuhan manusia akan kebutuhan dalam merawat rambut yang dirasa cukup penting dan sudah menjadi suatu kebutuhan konsumen. Hal ini juga nampak pada konsumen jilbab yang menginginkan untuk tampil menarik dan tren tanpa meninggalkan kewajibannya sebagai wanita muslimah, membuat kebutuhan manusia akan jilbab dirasa cukup penting dan sudah menjadi suatu kebutuhan konsumen.⁵

Dalam memilih dan memutuskan pembelian produk atau jasa perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain faktor budaya (budaya, sub budaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).⁶

Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada 5 mahasiswi di Pekalongan tertarik melakukan pembelian jilbab dikarenakan faktor pribadi dan produk seperti model yang menarik. Jilbab selalu muncul dengan model-model terbaru, merk, dan tren terbaru seperti diantaranya jilbab segi empat, jilbab bergo, jilbab bros, jilbab silang tumpuk, jilbab turban, jilbab pasmina, jilbab instan, dan masih banyak lagi.⁷

⁵ Nor Hasanah dan Budi Prabowo, *Pengaruh Faktor Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Sunsilk Hijab*, (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 2017), hlm. 1.

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Cet. 3, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 11

⁷ www.beautynesia.id, dikutip tanggal 14 Agustus 2018, pukul 19.10

Ketertarikan konsumen pada suatu produk ditentukan oleh faktor budaya yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar. Kemajuan zaman dan karena adanya pengaruh budaya lain (kebudayaan barat), konsumen yang berasal dari kebudayaan yang sama dapat mempunyai pola perilaku yang berbeda.⁸ Menurut Syarifatul Arifah, budaya berjilbab sehari-hari mempengaruhi keputusan pembelian jilbab. Kebiasaan berjilbab membuat pembelian jilbab meningkat karena pemakaian jilbab pada berbagai situasi dan tempat.⁹

Selain faktor budaya, yang berkaitan dengan keputusan pembelian adalah faktor sosial. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Beberapa indikator yang digunakan adalah kelompok referensi, keluarga, peran dan status.¹⁰ Menurut Safira Yuliana, kelompok juga mempengaruhi keputusan pembelian jilbab. Model dan merk yang digunakan teman dapat memberikan referensi pembelian.¹¹

Kemudian faktor lain yang juga menjadi pertimbangan adalah faktor pribadi. Usia mempengaruhi apa yang dibeli dan bagaimana mereka melakukan pembelian. Kemudian baik tidaknya situasi ekonomi, aktivitas pekerjaan, gaya hidup terkait pilihan produk, dan kepribadian

⁸ Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Cet. 6, (Yogyakarta: BPEF, 2014), hlm. 60

⁹ Syarifatul Arifah, Mahasiswi IAIN Pekalongan, Wawancara Pribadi 20 Juli 2018

¹⁰ Victor Alan Timmerman, dkk, *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Texas Chicken Manado*, Vol.5 No.2 Juni 2017, hlm. 1120

¹¹ Safira Yuliana, Mahasiswi IAIN Pekalongan, Wawancara Pribadi 20 Juli 2018

mempengaruhi perilaku pembelian.¹² Menurut Lailul Khusna, pembelian jilbab juga dikarenakan karena intensitas pemakaian jilbab di berbagai situasi seperti kampus, pekerjaan, dan jalan-jalan.¹³

Faktor berikutnya adalah faktor psikologi, hal ini terkait dengan motivasi dan persepsi dalam memutuskan pembelian jilbab. Menurut Jeffrey, proses motivasi terjadi adanya kebutuhan, keinginan, maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan ataupun keinginan tersebut.¹⁴ Kemudian persepsi bukan hanya proses psikologi semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan persepsi sebagai proses psikologis dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna.¹⁵

Perilaku konsumen untuk mengambil keputusan pembelian atau membeli jilbab yang ditawarkan oleh pasar dapat disebabkan karena beberapa faktor di atas. Indikator proses keputusan pembelian diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian.¹⁶

¹²Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, cet. 1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 88

¹³ Lailul Khusna, Mahasiswi IAIN Pekalongan, Wawancara Pribadi 20 Juli 2018

¹⁴Tatik Suryani, *Perilaku Kosumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, cet.1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 22

¹⁵Tatik Suryani, *Perilaku Kosumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*,....., hlm. 75

¹⁶Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*,hlm. 95

Pada mahasiswi di Pekalongan, jilbab sudah menjadi barang yang wajib untuk dimiliki oleh mahasiswi muslim, mengingat semboyan Kota Pekalongan yang disebut “Kota Santri”. Hal ini terlihat jelas di berbagai kampus di Pekalongan, dimana banyak mahasiswi yang memakai jilbab di lingkungan kampus. Beberapa mahasiswi juga tidak hanya menggunakan jilbab di lingkungan kampus, namun juga diluar kampus. Jilbab yang digunakan pun bervariasi dan beraneka ragam.

Pentingnya berjilbab (khimar) bagi seorang mahasiswi dan faktor yang mempengaruhi perilaku pembeliannya, maka timbulah niat penulis untuk meneliti lebih jauh tentang perilaku berjilbab sehingga mengambil judul skripsi “PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi di Pekalongan)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab?

4. Apakah faktor psikologi berpengaruh terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab?
5. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor budaya terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab
2. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor sosial terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab
3. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor pribadi terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab
4. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor psikologi terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi secara bersama-sama terhadap perilaku Mahasiswi di Pekalongan dalam membeli jilbab

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Memperkaya wacana pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi tentang jilbab.
2. Sebagai bahan acuan dibidang penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.
3. Memberi pengetahuan kontribusi tentang penerapan teori-teori yang berkaitan dengan persoalan tersebut.

Kegunaan secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Sebagai pengetahuan bagi masyarakat tentang jilbab yang berkembang dan perilaku konsumsi jilbab dikalangan mahasiswi.
2. Sebagai bahan masukan kepada mahasiswi di Pekalongan mengenai persoalan yang akan timbul dari pembelian jilbab.
3. Sebagai pembanding bagi penelitian yang akan datang sehingga dapat memperbaiki segala kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulis

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami pembaca dalam memahami isi penelitian ini, maka penyajiannya dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori tentang kajian variabel yang akan diteliti dan tinjauan penelitian terdahulu dari penelitian ini. Kemudian ada tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan kepustakaan. Analisis data penelitian yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang pembahasan analisis hasil penelitian rumusan masalah yang ada, meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi di Pekalongan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan saran. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.





BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada variabel faktor budaya yaitu sebesar 0,000 atau kurang dari taraf signifikansi 0,05.
2. Faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,549 atau lebih dari taraf signifikansi yaitu 0,05.
3. Faktor pribadi mempunyai pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,027 atau kurang dari taraf signifikansi 0,05.
4. Faktor psikologi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,005 atau kurang dari taraf signifikansi 0,05.

B. SARAN

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian jilbab pada mahasiswi, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas empat variabel independen dan satu variabel dependen. Penambahan variabel baru atau indicator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang, agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.
2. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas, diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah subjek yang dijadikan sampel penelitian perlu ditambah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEF.
- Ferinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Undip.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga
- J. Setiadi Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- J. Setiadi Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Kasmadi dan Sunariah, Siti Nia. 2014. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonom*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Nalim, Yusuf dan Salafudin. 2012. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Ridwan, Achmad, Kuncoro, Engkos. 2013. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Salafudin dan Nalim, Yusuf. 2014. *Statistik Inferensial*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suharno dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam sebuah pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tarigan, H. Azhari Akmal. 2012. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*. Bandung: Citapustaka Media Perintis

Trenggonowati. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE

Umar Husein. 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wibowo, Sukarno dan Supriadi, Dedi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.

B. Jurnal

Abdullah, Renandho Raditya. Yulianto, Edydan Mawardi, M. Kholid. 2017. *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Kartu Perdana Simpati Di Grapari Malang*. Jurnal Universitas Brawijaya Malang.

Darmawati, Dwita, dkk. *Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Kepribadian Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Shar'e (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto)*. Vol.6 No.1.

Fathawati, Hufron, Moh, dan Slamet, Afi Rahmat. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek "Mie Sedaap"*. Jurnal: Fakultas Ekonomi Unisma.

Ghoni, Abdul dan Bodroastuti, Tri. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*. Jurnal STIE Widya Manggala.

Hasanah, Nordan Prabowo, Budi. 2017. *Pengaruh Faktor Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Sunsilk Hijab*.

Ilmi, Nizar dan Suwitho. 2016. *Pengaruh Faktor Psikologis Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo*. Jurnal STIESIA

Santoso, Daniel Teguh Tri, dan Purwanti, Endang. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. Jurnal: STIE AMA Salatiga.

Timmerman, Victor Alan, dkk. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Texas Chicken Manado*), Vol.5 No.2.

C. Skripsi

Achmad, Andy Faisal. 2012. *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik Di Semarang*. Skripsi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Semarang.

Khasanah, Mualimatul. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Kasus Pada Butik Muslim Sofie Fashion Semarang)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang



Khomsatun, Evi. 2017 *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung)*. Skripsi: Ekonomi Dan Bisnis Islam Lampung

Rosalina Pinem. 2018. *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kain Di Pajak Ikan Medan (Studi Pada Toko Indotex)*. Skripsi: Ilmu Administrasi Bisnis

D. Internet

[www. beautynesia. id](http://www.beautynesia.id)

[www. Kemenperin. go. Id.](http://www.Kemenperin.go.Id)

[www. kompasiana. com](http://www.kompasiana.com)

[www.mdodisanjaya.blogspot.com.](http://www.mdodisanjaya.blogspot.com)

E. Data Olah

Data mahasiswa KABAUAKE IAIN Pekalongan, KABAUKSI Universitas Pekalongan, TU STIE Muhammadiyah Pekalongan, 19 September 2018.

Lailul Khusna, Mahasiswi IAIN Pekalongan

Safira Yuliana, Mahasiswi IAIN Pekalongan

Syarifatul Arifah, Mahasiswi IAIN Pekalongan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Wulaida Fitri Akmala
Nim : 201311093
Tempat/ Tanggal Lahir : Batang, 25 Februari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dukuh Penaraban Lor, Desa Gapuro RT 01/ RW 01
N0.14, Kecamatan Warungasem, Kabupaten Batang

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Warjo
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Nama Ibu : Nadhiroh
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Dukuh Penaraban Lor, Desa Gapuro RT 01/ RW 01
N0.14, Kecamatan Warungasem, Kabupaten Batang

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. RA MASITHOH GAPURO : Tahun 2000 - 2002
2. MIS GAPURO : Tahun 2002 - 2008
3. MTS THOLABUDDIN MASIN : Tahun 2008 - 2011
4. SMA N 4 PEKLAONGAN : Tahun 2011 - 2014
5. IAIN PEKALONGAN : Tahun 2014 - 2018

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 29 November 2018

Wulaida Fitri Akmala
NIM. 2013114093



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 672/In.30/M.6/PP.00.9/08/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

14 Agustus 2018

Kepada Yth,
Kepala Bagian Tata Usaha Universitas Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Wulaida Fitri Akmla
NIM : 2013114093

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpinan guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi konsumen Dalam Pembelian Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Di Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



A.n Dekan,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Agus Fakhrina, M.S.I.

NIP. 197701232003121001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faks. (0285) 423418,
Website : www.iainpekalongan.ac.id | email : febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 780/In.30/M.1/PP.00.9/11/2017

14 November 2017

Lamp : 1 bendel (terlampir)

Hal : Penunjukan Pembimbing Proposal dan Skripsi

Kepada Yth.

Ali Amin Isfandiar, M. Ag

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa :

Nama : Wulaida Fitri Akmala

NIM : 2013114093

Semester : VII (Tujuh)

Telah mengajukan judul skripsi :

Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Pekalongan Dalam Pembelian Jilbab Menurut Teori Konsumsi Islam

Sehubungan dengan hal itu dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing proposal dan skripsi mahasiswa tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Memberikan bimbingan penyusunan proposal skripsi maksimal 2 (dua) minggu sejak surat ini diterima.
2. Menanda tangani surat pengantar pembimbing sebagai dasar pengajuan seminar proposal (terlampir).
3. Melanjutkan proses penyusunan skripsi hingga selesai maksimal 4 (empat) bulan apabila mahasiswa telah menyerahkan surat pengesahan perbaikan proposal skripsi dari dewan pembahas kepada pembimbing.

Demikian surat penunjukan proposal dan skripsi ini dibuat. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag.

NIP. 197806162902121002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain.pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Wulaida Fitri Akmala**
NIM : **2013114093**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi
Dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab
(Studi Kasus Mahasiswi Di Pekalongan)**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Februari 2019



WULAIDA FITRI AKMALA
NIM 2013114093

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

