



**PENGARUH *HIJABERS COMMUNITY* TERHADAP GAYA HIDUP DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

***THE INFLUENCE OF HIJABERS COMMUNITY THROUGH LIFESTYLE
AND PURCHASE DECISION HIJAB AT ECONOMICS FACULTY'S
STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Riskiyana Ulfa
NIM. 100810201088

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Riskiyana Ulfa
NIM : 100810201088
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Hijabers Community* Terhadap Gaya Hidup Dan
Keputusan Pembelian Hijab pada Mahasiswa Ekonomi
Universitas Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 23 Januari 2014
Yang menyatakan,

Riskiyana Ulfa
NIM. 100810201088

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *HIJABERS COMMUNITY* TERHADAP
GAYA HIDUP DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
HIJAB PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama Mahasiswa : Riskiyana Ulfa

NIM : 100810201088

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 3 Februari 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001

H.N. Ari Subagio, SE, M.Si
NIP.19731109 200003 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *HIJABERS COMMUNITY* TERHADAP GAYA HIDUP DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Riskiyana Ulfa

NIM : 100810201088

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

10 Februari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Bambang Irawan, M.Si : (.....)
NIP. 19610317 198802 1 001

Sekretaris : H.N Ari Subagio, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19731109 200003 1 002

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Untuk anugerah terindah dalam hidupku:

1. Kedua Orangtuaku, ibu Anik Umiyati dan Ayah Harun Adi tercinta dan tersayang . Semoga Allah menyayangi dan melindungimu selalu.
2. Untuk adik-adikku tersayang Jaka Adi Valentino dan Vina Adi Nata. Besok kalian harus lebih hebat.
3. Bapak-ibu Dosen
4. Sahabat-sahabatku yang terbaik
5. Serta Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

مَا خَرَجَ رَجُلٌ مِنْ بَيْتِهِ يَطْلُبُ عِلْمًا إِلَّا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

Seseorang yang keluar dari rumahnya untuk menuntut ilmu niscaya akan Allah
mudahkan baginya jalan menuju surga
(Shahih Al-Jami)

Walaupun tudak mudah, namun telah diakui bahwa tawakal itu menenangkan
(Riskiyana)

Sukses adalah hasil kerja keras, belajar, berfikir dan membuat rencana.
(Azwar Siregar, 1989 : 28)

RINGKASAN

Pengaruh *Hijabers Community* Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember; Riskiyana Ulfa ; 100810201088; 2014; 96 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perilaku konsumen sangat dinamis artinya mudah berubah. Hal ini salah satunya berkaitan dengan kondisi afeksi dan kognisi seorang konsumen yang dinamis sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Komunitas sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Pergerakan perempuan belakangan ini berkembang secara pesat. Emansipasi wanita dapat dilihat dari berbagai segi. Banyak komunitas wanita yang sangat menginspirasi masyarakat, seperti halnya komunitas hijaber atau biasa disebut *hijabers community*, merupakan komunitas yang anggotanya terdiri dari perempuan beragama islam yang menggunakan hijab. *Hijabers community* ini memberi pengaruh terhadap gaya hidup yang nantinya akan berdampak pada proses keputusan pembelian hijab.

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perempuan berhijab pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Sampel yang dipilih sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara signifikan. *Hijabers community* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Hijabers community* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SUMMARY

The Influence of Hijabers Community Through Lifestyle and Purchase Decision Hijab at Economics Faculty's Students of Jember University:
Riskiyana Ulfa: 100810201088: 2014: 96 pages: Manajemen Major Economics Faculty Jember University.

Consumer behavior is very dynamic means easily changed . This is partly related to the affective and cognitive state of a dynamic consumer so as to influence purchasing decisions . Brazilians social community is one factor that can influence consumer behavior . The movement of women these days are growing rapidly. Emancipation of women can be seen from various aspects . Many communities are inspiring the people, such as hijbers community . Hijabers Community is a community whose the members consist of Moslem women who use hijab. Hijabers community influencing lifestyle which will have an impact on the purchase decision process hijab.

This research is an explanation (explanatory research) . The population of this study were female students, she was kept at the Faculty of Economics, Jember University . Selected sample of 100 respondents. sampling technique using convenience sampling . Methods of data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) . The results of the study showed that all three variables influence significantly . Hijabers community significant effect on lifestyle , lifestyle significantly influence purchasing decisions and Hijabers community significantly influence the purchase decision .

PRAKATA

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini .
4. H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan ilmu serta saran yang sangat berarti.
6. Seluruh dosen jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat.

7. Keluarga tercinta ibu Anik Umiyati, ayah Harun Adi, adik-adikku tersayang Valen dan Vina, kakek tecinta Alm. H. Noto Ansori, keluarga besarku di desa Balung, nenekku Biati, tante Nur dan Om Hari, Serta keluarga besar di desa Sumberjati, kemudahan dalam perjalanan ini adalah berkat doa dari kalian, semangat ini ada ketika mengingat harapan kalian, kebahagiaan ini ada karena keikhlasan dan ketulusan kalian. Terima kasih untuk semua dukungan moril dan materiil, juga jasa yang takkan terbalaskan, cinta dan sayang yang sangat berharga. Terima kasih juga atas segala ketulusan untuk membantu, memotivasi. Terimakasih Keluargaku.
8. Semua teman Manajemen 2010. Terimakasih atas dukungan dan motivasi selama ini kawan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 23 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
<i>SUMMARY</i>	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TIJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1. Komunitas Sosial	7
2.1.2. Gaya Hidup	10
2.1.3. Keputusan Pembelian	12
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	19
2.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.2.1. Populasi Penelitian.....	22
3.2.2. Sampel Penelitian	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Identifikasi Variabel	24
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6.1. Hijabers Community (X1).....	25
3.6.2. Gaya Hidup (Y1)	26
3.6.3. Keputusan Pembelian (Y2)	26
3.7 Teknik Pengukuran.....	27
3.8 Pengujian Instrumen.....	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1. Uji Asumsi Structural Equation Modelling (SEM)	29
3.9.2. Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	30
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
BAB 4. PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.2. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	40
4.1.3. Karakteristik Responden	41
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	46
4.4 Analisis Data	49
4.4.1. Uji Asumsi SEM.....	50
4.4.2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	51
4.4.3 Pengaruh antar variabel.....	56
4.5 Pembahasan.....	58
4.5.1. Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup	59

4.5.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian ...	60
4.5.3 Pengaruh Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN 1	68
LAMPIRAN 2	73
LAMPIRAN 3	83
LAMPIRAN 4	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	18
3.1 Persamaan Struktural Penelitian.....	33
3.2 Kesesuaian Model.....	34
4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.3 Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang <i>Hijabers Community</i>	43
4.4 Responden berdasarkan Pengalaman Berkunjung ke Toko Hijab	43
4.5 Responden Berdasarkan Transaksi Tiap Berkunjung ke Toko Hijab	44
4.6 Penilaian Responden Pada <i>Hijabers Community</i>	45
4.7 Penilaian Responden Pada Gaya Hidup	45
4.8 Penilaian Responden Pada Keputusan Pembelian	46
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komunitas Sosial.....	48
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Gaya Hidup	48
4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian	49
4.12 <i>Assessment Of Normality</i>	50
4.13 Indeks Kesesuaian SEM.....	53
4.14 Hasil Pengujian Kausalitas.....	54
4.15 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	56
4.16 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	56
4.17 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	57
4.18 Pengaruh Total Antar Variabel Laten	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	20
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
4.1 Hasil Diagram Jalur	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	68
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	73
Distribusi Karakteristik Responden.....	80
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Eksogen dan Endogen	83
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	87
Uji Asumsi SEM	88