



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP MINAT GENERASI Z MEMILIH  
BUSANA MUSLIMAH**

**SKRIPSI**

**FRAMESYA NURUL ADINDA ARZAHWA 1710116034**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2021**



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP MINAT GENERASI Z MEMILIH  
BUSANA MUSLIMAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**FRAMESYA NURUL ADINDA ARZAHWA 1710116034**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Framesya Nurul Adinda Arzahwa

NIM : 1710116034

Bilamana di kemudian hari ditemukan keidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 12 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Framesya Nurul Adinda A)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Framesya Nurul Adinda Arzahwa

NIM : 1710116034

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Jenis Karya : Usulan Penelitian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Generasi  
Z Memilih Busana Muslimah**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 11 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Framesya Nurul Adinda Arzahwa)

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT GENERASI Z MEMILIH BUSANA MUSLIMAH**

**Dipersiapkan dan Disusun Oleh :**

**Framesya Nurul Adinda Arzahwa**

**1710116034**

**Telah di pertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 9 Juli 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Tati Handayani, SE, MM**

**Ketua Penguji**



**Siwi Nugraheni, S.E, MM**

**Penguji 1**



**Dr. Suryani, M.Si**

**Penguji 2**



**Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**

**Dekan**



**Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A**

**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 9 Juli 2021

**THE EFFECT OF PERCEPTIONS OF PRODUCT QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON GENERATION Z'S INTERESTS IN CHOOSING MUSLIMAH  
CLOTHING**

**By Framesya Nurul Adinda Arzahwa**

***Abstract***

*Interest in Muslim fashion in Indonesia is increasing all the time, this is marked by the election of Indonesia to be ranked fifth according to the Muslim consumer market in the modest fashion category in 2020/2021. This increase in interest is supported by the better quality of clothing and the emergence of well-known brands in the community, especially Generation Z which focuses on fashion and attractive styles. Generation Z likes diverse and innovative fashion products, so it is easy to be attracted to new fashion styles. This study aims to examine the effect of product quality and brand image on the interest of Generation Z in choosing Muslim clothing. The research method uses a quantitative approach with sampling through purposive sampling method which is tested on 100 respondents who use Muslim clothing. The data collection instrument used a questionnaire with a Likert scale. The analytical technique used to determine the magnitude of the effect is multiple linear regression assisted by SPSS version 25. The results of the study conclude that there is a significant influence between product quality and brand image on consumer buying interest.*

**Keywords:** *brand image, interests, muslim clothing, perception of product quality*

# **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT GENERASI Z MEMILIH BUSANA MUSLIMAH**

**Oleh Framesya Nurul Adinda Arzahwa**

## **Abstrak**

Peminat busana muslimah di Indonesia selalu meningkat setiap waktu, hal ini ditandai dengan terpilihnya Indonesia menempati peringkat kelima menurut pasar konsumen muslim kategori fesyen *modest* pada tahun 2020/2021. Peningkatan minat tersebut didukung dengan kualitas pakaian yang semakin baik dan juga muncul merek-merek terkenal di lingkungan masyarakat, khususnya generasi Z yang berfokus pada *fashion* dan gaya menarik. Generasi Z menyukai produk fashion yang beragam dan inovatif, sehingga mudah tertarik dengan gaya busana dengan model baru. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat generasi Z memilih busana muslimah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui metode *purposive* sampling yang diujikan kepada 100 responden pengguna busana muslimah. Instrument pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut adalah regresi linier berganda dibantu program SPSS versi 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen.

**Kata kunci:** busana muslimah, citra merek, minat, persepsi kualitas produk



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : fiebupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA SIDANG SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Telah dilaksanakan Sidang Skripsi dihadapan Tim Penguji pada hari Jum'at, tanggal 9 bulan Juli tahun 2021:

Nama : Framesya Nurul Adinda Arzahwa




NIM : 1710116034

Program : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Generasi Z Memilih Busana Muslimah

Dengan hasil ~~LULUS~~/TIDAK-LULUS\*.

**Penguji**


No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM.	Ketua Penguji	1. .... 
2	Siwi Nugraheni, S.E, MM	Penguji I	2. .... 
3	Dr. Suryani, M.Si.	Penguji II **	3. .... 

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Juli 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprod. Ek. Syariah S1

  
(Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA)



## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Generasi Z Memilih Busana Muslimah” yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Skripsi ini terlaksana berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih setulus-tulusnya kepada ibu Dr. Suryani, M.Si. dan bapak Prima Dwi Priyatno, BA, M.E. sebagai dosen pembimbing akademik serta bu Tati Handayani, SE, MM dan ibu Siwi Nugraheni, SE., yang telah berkenan meluangkan waktu memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan memotivasi dalam penyusunan skripsi.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih kepada teman-teman yang memberi selalu dukungan dan semangat yaitu Farra, Shafira, Fia, Tim B, Della, GA, Rifa, Farah, Iqbal dan seluruh teman-teman di S1 Ekonomi Syariah 2017. Serta beberapa pihak yang tidak disebutkan satu persatu. Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan semoga Allah SWT memberi perlindungan bagi kita semua.

Depok, Juni 2021



Framesya Nurul Adinda A

1710116034

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<i>Abstract</i> .....	vi
<b>Abstrak.....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>I.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>I.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>I.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>I.4 Manfaat Hasil Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
<b>II.1 Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
<b>II.1.1 Generasi Z.....</b>	<b>8</b>
<b>II.1.2 Busana Muslimah.....</b>	<b>11</b>
<b>II.2.3 Minat .....</b>	<b>17</b>
<b>II.2.4 Kualitas produk.....</b>	<b>18</b>
<b>II.2.5 Citra Merek .....</b>	<b>20</b>
<b>II.2 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>21</b>
<b>II.3 Model Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>II.4 Hipotesis .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>29</b>
<b>III.1.1 Definisi Operasional.....</b>	<b>29</b>
<b>III.1.2 Pengukuran Variabel.....</b>	<b>30</b>

<b>III.2</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>30</b>
<b>III.2.1</b>	<b>Populasi .....</b>	<b>30</b>
<b>III.2.2</b>	<b>Sampel .....</b>	<b>30</b>
<b>III.3</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>31</b>
<b>III.4</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>32</b>
<b>III.4.1</b>	<b>Analisis Deskriptif .....</b>	<b>32</b>
<b>III.4.2</b>	<b>Analisis Statistik .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>37</b>
<b>IV.1</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>IV.2</b>	<b>Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>IV.2.1</b>	<b>Karakteristik responden berdasarkan usia .....</b>	<b>37</b>
<b>IV.2.2</b>	<b>Karakteristik responden berdasarkan domisili .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.2.3</b>	<b>Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan busana muslimah.....</b>	<b>39</b>
<b>IV.2.4</b>	<b>Analisis Data Deskriptif.....</b>	<b>39</b>
<b>IV.3</b>	<b>Uji Hipotesis dan Analisis .....</b>	<b>42</b>
<b>IV.3.1</b>	<b>Uji Validitas .....</b>	<b>42</b>
<b>IV.3.2</b>	<b>Uji Reliabilitas .....</b>	<b>48</b>
<b>IV.3.3</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>48</b>
<b>IV.3.4</b>	<b>Uji Hipotesis.....</b>	<b>51</b>
<b>IV.4</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>54</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>57</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>57</b>
<b>V.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>57</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	<b>.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan karakteristik .....	10
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4. Skala Likert.....	32
Tabel 5. Tabel Karakteristik responden menurut usia .....	38
Tabel 6. Tabel Karakteristik responden menurut domisili.....	38
Tabel 7. Tabel Karakteristik responden menurut lama penggunaan busana muslim	39
Tabel 8. Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) ...	40
Tabel 9. Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	40
Tabel 10. Analisis Deskriptif Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y) .....	41
Tabel 11. Uji KMO MSA Variabel Kualitas Produk.....	42
Tabel 12. Uji Bartlett Variabel Kualitas Produk .....	43
Tabel 13. Pengujian Validitas Kualitas Produk .....	43
Tabel 14. Pengujian Validitas Kualitas Produk .....	44
Tabel 15. Pengujian Validitas Kualitas Produk .....	44
Tabel 16. Uji KMO MSA Variabel Citra Merek .....	45
Tabel 17. Uji Bartlett Variabel Citra Merek .....	45
Tabel 18. Pengujian Validitas Citra Merek.....	45
Tabel 19. Pengujian Validitas Citra Merek.....	46
Tabel 20. Uji KMO MSA Variabel Minat .....	47
Tabel 21. Uji Bartlett Variabel Minat .....	47
Tabel 22. Pengujian Validitas Minat.....	47
Tabel 23. Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 24. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	49
Tabel 25. Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 26. Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 27. Pengujian Parsial (Uji t).....	51
Tabel 28. Uji Simultan .....	52
Tabel 29. Variabel Pada Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 30. Estimasi Koefisien Model Regresi.....	53
Tabel 31. Tabel Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lima negara teratas menurut pasar konsumen muslim kategori fesyen modest.....	1
Gambar 2. Data Penjualan Busana Muslim di Indonesia.....	2
Gambar 3. Perbedaan karakteristik .....	10
Gambar 4. Model Penelitian .....	27
Gambar 5. Uji Normalitas Probability Plot.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden .....	73
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden .....	80
Lampiran 4 Hasil Analisis Data Deskriptif .....	81
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	82
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	88
Lampiran 7 Hasil Uji.....	89
Lampiran 8 Tabel Distribusi .....	92