



**PENGARUH GAYA HIDUP, PEMAHAMAN ETIKA
KONSUMSI ISLAM DAN HALAL FESYEN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z PADA TREN FESYEN**

SKRIPSI

FARAH SHARFINA 1910116024

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

2022



**PENGARUH GAYA HIDUP, PEMAHAMAN ETIKA
KONSUMSI ISLAM DAN HALAL FESYEN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z PADA TREN FESYEN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

FARAH SHARFINA 1910116024

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farah Sharfina

NIM : 1910116024

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

Jakarta, 30 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Farah Sharfina)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Farah Sharfina
NIM : 1910116024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

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 Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z pada Tren Fesyen

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 : Jakarta
Pada tanggal : 30 Desember 2022
Yang Menyatakan,

(Farah Sharfina)

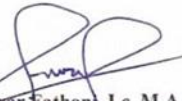
SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, PEMAHAMAN ETIKA
KONSUMSI ISLAM DAN HALAL FESYEN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z PADA TREN FESYEN

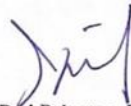
Dipersiapkan dan disusun oleh:

FARAH SHARFINA 1910116024

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Ketua Penguji



Prima Dwi Privatno, B.A, M.E.
Penguji I



Tati Handavani, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E, Ak, M.Ak, CA, CSRS
Dekan



Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Januari 2023

Pengaruh Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z pada Tren Fesyen

Oleh Farah Sharfina

Abstract

The process of globalization causes the development of technology and science in society and it is not uncommon for people to be helped by this technology. However, one of the impacts of this technological development is the occurrence of lifestyle changes in society through the internet which causes the emergence of consumptive behavior. The existence of the internet in society makes it easier for foreign cultures to enter Indonesia which causes lifestyle changes by changing the way of dressing that follows foreign cultures. It is not uncommon for people, especially in generation z who are still active in following the times, to buy fashion products continuously to fulfill their prestige and do not want to feel left behind by the development of trends in social media that are increasingly changing. The need for an understanding of Islamic consumption ethics to limit consumptive behavior in individuals. Therefore, researchers are interested in conducting research on this phenomenon using quantitative methods and are expected to provide new knowledge for readers. This study uses primary data with a purposive sampling method of 142 respondents using SPSS. The results of this study are that lifestyle, understanding of Islamic consumption ethics, and halal fashion have a significant effect on consumer behavior. From the results of previous research, it is hoped that this research will have new contributions for the Z generation and for those who read it. The limitation of this study is that it only uses three independent variables with the scope of research in Jabodetabek.

Keywords: *fashion trend, generation z, halal fashion, islamic consumption etiquette, lifestyle.*

Pengaruh Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z pada Tren Fesyen

Oleh Farah Sharfina

Abstrak

Proses globalisasi menyebabkan perkembangan teknologi serta ilmu pengetahuan yang semakin cepat pada masyarakat dan tidak jarang masyarakat yang terbantu dengan teknologi tersebut. Namun begitu salah satu dampak dari perkembangan teknologi ini yakni terjadinya perubahan gaya hidup di masyarakat melalui internet yang menyebabkan munculnya perilaku konsumen. Adanya internet dalam lapisan masyarakat memudahkan budaya asing untuk masuk ke Indonesia yang menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup ditandai dengan perubahan gaya berpakaian yang mengikuti kebudayaan asing. Tidak jarang dari masyarakat khususnya pada generasi z yang masih aktif dalam mengikuti perkembangan zaman melakukan pembelian produk fesyen secara terus-menerus untuk memenuhi gengsi dan tidak ingin merasa tertinggal dengan perkembangan tren di media sosial yang kian berubah. Perlunya pemahaman etika konsumsi islam guna untuk membatasi perilaku konsumen pada individu. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling* sebanyak 142 responden menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini ialah gaya hidup, pemahaman etika konsumsi Islam, dan halal fesyen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Dari hasil penelitian terdahulu, diharapkan penelitian ini memiliki kontribusi baru bagi generasi z maupun bagi yang membacanya. Keterbatasan pada penelitian ini yakni hanya menggunakan tiga variabel bebas dengan ruang lingkup penelitian di Jabodetabek.

Kata Kunci: etika konsumsi islam, gaya hidup, generasi z, halal fesyen, tren fesyen.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692858
Homepage <http://www.upnvj.ac.id> Email puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Jumat, tanggal 30 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Farah Sharfina

No.Pokok Mahasiswa : 1910116024

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z pada Tren Fesyen

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Desember 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Ekonomi Syariah S.1

Muhammad Anwar Fathoni, Lc,
MA.,CDIF.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. karena atas Ridha dan Karunia-Nya penulis dapat diberikan kemampuan dalam menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam, dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z pada Tren Fesyen”. Skripsi ini diajukan dalam rangka pemenuhan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Tidak dapat dipungkiri bahwa butuh usaha yang keras dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun begitu, skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan dari orang di sekeliling penulis, untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Tati Handayani, SE., MM, selaku dari Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Muhammad Anwar Fathoni, Lc.,Ma., CDIF selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah sekaligus selaku dari ketua penguji yang telah memberikan arahan serta masukannya.
3. Bapak Prima Dwi Priyatno, BA., ME selaku dari dosen penguji 1 yang juga telah memberikan arahan serta masukan pada skripsi ini.
4. Bapak Edy Sanuri dan Ibu Rini Setyawati selaku kedua orang tua tercinta penulis yang telah mendoakan dan mendukung penulis dengan penuh kasih sayang sehingga dapat memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sdr. Mutiara Ghassani selaku dari kakak penulis yang telah mendukung dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen dan seluruh civitas akademika UPN Veteran Jakarta yang telah membantu penulis dalam memberikan ilmu selama di perkuliahan .
7. Teman-Teman program studi Ekonomi Syariah yang senantiasa mendukung dan membantu penulis dalam belajar selama perkuliahan.
8. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ateez dan teman-teman Atiny yang telah memberikan penulis motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akibat dari keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Penulis berharap dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 30 Desember 2022

Farah Sharfina

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
Abstract.....	v
Abstrak.....	vi
BERITA ACARA UJIAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Landasan Teori.....	8
II.1.1 Perilaku Konsumen	8
II.1.2 Gaya Hidup.....	14
II.1.3 Pemahaman Etika Konsumsi Islam.....	16
II.1.4 Halal Fesyen	20
II.2 Penelitian Terdahulu	21
II.3 Model Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
III.1.1 Definisi Operasional	31
III.1.2 Pengukuran Variabel	32
III.2 Teknik Pengumpulan Data	33
III.2.1 Jenis Data	33

III.2.2 Sumber Data	34
III.2.3 Pengumpulan Data.....	34
III.3 Populasi Sampel	34
III.3.1 Populasi	34
III.3.2 Sampel	35
III.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	36
III.4.1 Teknik Analisis Data	36
III.4.2 Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	40
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	40
IV.3 Analisis Data Deskriptif.....	42
IV.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....	53
IV.4.1 Uji Validitas.....	53
IV.4.2 Uji Reliabilitas.....	55
IV.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
IV.4.4 Analisis Regresi Berganda.....	58
IV.4.5 Uji Hipotesis	59
IV.5 Pembahasan.....	61
IV.5.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen.....	61
IV.5.2 Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumen	62
IV.5.3 Pengaruh Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen	64
IV.5.4 Pengaruh Gaya Hidup, Pemahaman Etika Konsumsi Islam dan Halal Fesyen terhadap Perilaku Konsumen	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
V.1 Kesimpulan.....	67
V.2 Keterbatasan Penelitian	67
V.3 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
RIWAYAT HIDUP	73

LAMPIRAN 74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan	18
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. Skala Likert.....	32
Tabel 4. Pengukuran Variabel	32
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel	54
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	55
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Tanggapan Responden	56
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas Tanggapan Responden.....	57
Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas Tanggapan Responden	57
Tabel 14. Hasil Uji Statistik t pada Tanggapan Responden	59
Tabel 15. Hasil Uji Statistik f pada Tanggapan Responden	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	3
Gambar 2. Model Penelitian	29
Gambar 3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumen	43
Gambar 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup.....	46
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Etika Konsumsi Islam	48
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Halal Fesyen	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2. Data Kuesioner 142 Responden	81
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden.....	96
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif	98
Lampiran 5. Hasil Pengujian	100