



**PENGARUH *TREND FASHION*, *HALAL LIFESTYLE*, DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI HIJAB
GENERASI Z DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

AMALIYAH SHOLIKHA 2010116027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH *TREND FASHION*, *HALAL LIFESTYLE*, DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI HIJAB
GENERASI Z DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

AMALIYAH SHOLIKHA 2010116027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Amaliyah Sholikha

NIM : 2010116027

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

Jakarta, 11 Januari 2024
Yang Menyatakan,



(Amaliyah Sholikha)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amaliyah Sholikha
NIM : 2010116027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh *Trend Fashion, Halal Lifestyle, dan Celebrity Endorser* terhadap
Minat Beli Hijab Generasi Z di DKI Jakarta**

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 sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 11 Januari 2024

Yang Menyatakan,


(Amaliyah Sholihah)

SKRIPSI

PENGARUH *TREND FASHION, HALAL LIFESTYLE, DAN CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI HIJAB GENERASI Z DI DKI JAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AMALIYAH SHOLIKHA 2010116027

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 11 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji



Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.
Penguji I



Mira Rahmi, S.E, M.B.A.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Januari 2024

***The Influence of Fashion Trends, Halal Lifestyle, and Celebrity Endorsers on
The Purchase Intention of Generation Z Hijab in DKI Jakarta***

By Amaliyah Sholikha

Abstract

The rapid growth of the Muslim population in Indonesia has triggered increased demand for halal fashion products, especially hijab, driven by the significant role of the Z generation. Generations who have a desire to perform creatively in embroidery, are a major factor in the fast-growing hijab fashion world in Indonesia. The study aims to identify the influence of fashion trends, halal lifestyle, and celebrity endorsers on interest in buying a Z-generation hijab at DKI Jakarta. The study adopted a quantitative approach by taking respondents from Generation Z who had an interest and experience in shopping for hijab, with a sample of 120 Z-generation Muslim women who were followers of celebrity endorsers, and resident in DKI Jakarta. Samples are taken using non-probability sampling techniques with purposive samplings. The distributed questionnaires are used as data collection techniques. Partial Least Square (PLS) is adopted as a data analysis technique. Data testing is done through the outer model and the inner model. The results of the research showed that fashion trend variables, halal lifestyle, and celebrity endorsers each influenced the interest in buying the Z-generation hijab. The research is expected to contribute to the hijab industry, so as not to be left behind by fashion trends, can develop halal lifestyles, as well as pay attention to the use of authentic celebrities endorser with hijabs.

Keywords : *celebrity endorser, generation Z, halal lifestyle, purchase intention, trend fashion*

**Pengaruh *Trend Fashion, Halal Lifestyle, dan Celebrity Endorser* terhadap
Minat Beli Hijab Generasi Z di DKI Jakarta**

Oleh Amaliyah Sholikha

Abstrak

Pertumbuhan populasi muslim yang cepat di Indonesia memicu peningkatan permintaan produk *fashion halal*, terutama hijab yang didorong oleh peran signifikan generasi Z. Generasi yang memiliki keinginan untuk tampil kreatif dalam berbusana, menjadi faktor utama dalam pertumbuhan pesat dunia *fashion* hijab di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *trend fashion, halal lifestyle, dan celebrity endorser* terhadap minat beli hijab generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan mengambil responden dari kalangan generasi Z yang memiliki minat dan pengalaman dalam berbelanja hijab, dengan sampel sebanyak 120 wanita muslim generasi Z yang merupakan *follower* dari *celebrity endorser* berhijab, dan berdomisili di DKI Jakarta. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kuesioner yang disebar dan digunakan sebagai teknik pengumpulan data. *Partial Least Square* (PLS) diadopsi sebagai teknik analisis data. Pengujian data dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *trend fashion, halal lifestyle, dan celebrity endorser* masing-masing berpengaruh terhadap minat beli hijab generasi Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pada industri hijab, agar tidak tertinggal oleh *trend fashion*, dapat mengembangkan *halal lifestyle*, serta memperhatikan penggunaan *celebrity endorser* yang autentik dengan hijab.

Kata kunci : *celebrity endorser, generasi Z, halal lifestyle, minat beli, trend fashion*



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Kamis, tanggal 11 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Amaliyah Sholikha
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116027
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"PENGARUH TREND FASHION, HALAL LIFESTYLE, DAN CELEBRITY ENDORSER
TERHADAP MINAT BELI HIJAB GENERASI Z DI DKI JAKARTA"**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.	Ketua	1.
2	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota I	2.
3	Mira Rahmi, S.E, M.B.A.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 11 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

Ade Nur Rohan, S.H.I, M.E.I, CDIF

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh *Trend Fashion, Halal Lifestyle, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Generasi Z Di DKI Jakarta***". Penyusunan skripsi ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari perjalanan akademis penulis di Program Studi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Mira Rahmi, S.E., M.B.A, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dorongan dan bimbingan yang diberikan.

Terima kasih untuk orang tua dan adik-adik tercinta, yaitu Yetikah (Mama), Sujianto (Bapak), Muhammad Sofyan (Adik), dan Ashiilah Nur Faizah (Adik) beserta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan penuh kasih sayang, menjadi sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu bertahan hingga saat ini, serta menghargai segala usaha dan upaya yang telah dilakukan untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Fathya, Sabina, Fakhranisahla, Sheikha, Muhammar Dinda, dan Zahran rekan saya dalam bertukar pikiran dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir. Tidak lupa pula kepada teman online yang telah menyemangati dan memberikan dukungan secara emosional dengan terus memberikan semangat dan dorongan untuk melanjutkan skripsi ini hingga tuntas, yaitu Sifa Defianti, Syiva Israini Salam, Annisa Wulandari, Mayang Seruni, Aulia Dwi Puspita, dan seluruh teman-teman angkatan 2020 Ekonomi Syariah sebagai teman seperjuangan selama perkuliahan berlangsung.

Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman yang sudah turut serta membantu dalam menyebarkan kuesioner penelitian melalui teman dekat maupun sosial media yang mereka miliki. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada

seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penelitian ini berjalan dengan semestinya. Penulis berharap dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 11 Januari 2023

Amaliyah Sholikha

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.2 Generasi Z	11
2.1.3 Hijab	12
2.1.4 Trend Fashion	13
2.1.5 Halal Lifestyle	17
2.1.6 Celebrity Endorser	20

2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	23
2.3	Model Penelitian	37
2.4	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1	Definisi Operasional	39
3.1.2	Pengukuran Variabel	40
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	42
3.3.3	Pengumpulan Data	43
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
3.4.1	Teknik Analisis Data	43
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	43
3.4.3	Model Pengukuran (Outer Model)	45
3.4.4	Model Struktural (Inner Model)	46
3.4.5	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian	48
4.2.1	Deskripsi Data Responden	48
4.3	Analisis Data Deskriptif	50
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	55
4.4.1	Outer Model	55
4.4.2	Inner Model	59
4.4.3	Uji Hipotesis	60
4.5	Pembahasan	61

4.5.1	Pengaruh <i>Trend Fashion</i> terhadap Minat Beli	61
4.5.2	Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> terhadap Minat Beli	63
4.5.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Simpulan	67
5.2	Keterbatasan Penelitian	68
5.3	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Laporan GIEI 2022 TOP 10 Modest Fashion	1
Tabel 2 Riset Digimind Penjualan Pakaian Muslimah periode Januari - Februari	3
Tabel 3 Matriks Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 4 Skala Likert	40
Tabel 5 Indikator Pengukuran Variabel	40
Tabel 6 Interpretasi Nilai Responden	44
Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha	45
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikut Akun Celebrity Endorser	50
Tabel 12 Interpretasi dari Nilai Responden	51
Tabel 13 Outer Loading	56
Tabel 14 Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 15 Uji Reliabilitas	58
Tabel 16 R-square	59
Tabel 17 Uji T-Statistik	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian	38
Gambar 2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	51
Gambar 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Trend Fashion	52
Gambar 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Halal Lifestyle	53
Gambar 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Celebrity Endorser	54
Gambar 6 Outer Loading	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	78
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 3. Data Kuesioner 120 Responden	85
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden	97
Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif	98
Lampiran 6. Output Outer Model PLS	99
Lampiran 7. Hasil Output Model PLS	100
Lampiran 8. Lembar Monitoring Bimbingan	102