



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB DI  
*E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**FAYZA NADHIRA RAIHANISA 2010116001**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2024**



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB DI  
*E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**FAYZA NADHIRA RAIHANISA 2010116001**

**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 : Fayza Nadhira Raihanisa

NIM : 2010116001

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

Jakarta, 10 Januari 2024

Yang menyatakan,



Fayza Nadhira Raihanisa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Fayza Nadhira Raihanisa  
NIM : 2010116001  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Determinan Keputusan Pembelian Hijab di *E-Commerce* pada Masyarakat  
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 dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Fayza Nadhira Raihanisa

# SKRIPSI

## DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB DI E-COMMERCE PADA MASYARAKAT DKI JAKARTA

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**FAYZA NADHIRA RAIHANISA 2010116001**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 10 Januari 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



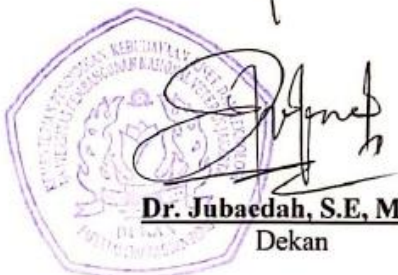

**Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.**  
Ketua Penguji



**Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.**  
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

# ***Determinants of Hijab Purchase Decisions in E-Commerce on DKI Jakarta Society***

**By Fayza Nadhira Raihanisa**

## ***Abstract***

*The increasing use of the hijab among Muslim women has made business people, especially the halal fashion industry sector, compete in producing hijabs, resulting in competitive competition among business people. Business people are required to be able to understand consumer needs, including maintaining the quality of their products, as well as understanding people's lifestyles. Apart from that, the era of digitalization makes information easier to obtain, including product reviews. The aim of this research is to analyze how product quality, halal lifestyle, and electronic word of mouth influence hijab purchasing decisions in e-commerce. The sample used was the people of DKI Jakarta totaling 130 respondents, using multiple linear regression analysis techniques. The results of the research show that product quality, halal lifestyle and electronic word of mouth have a significant effect on decisions to purchase hijabs in e-commerce partially and simultaneously. It is hoped that this research can contribute to business actors, especially the hijab industry in e-commerce, to improve the quality of their products which are of course in accordance with the halal lifestyle, and can manage two-way interactions with consumers.*

**Keywords:** *electronic word of mouth, halal lifestyle, hijab, purchase decision, product quality*

# **Determinan Keputusan Pembelian Hijab di *E-Commerce* pada Masyarakat DKI Jakarta**

**Oleh Fayza Nadhira Raihanisa**

## **Abstrak**

Semakin meningkatnya penggunaan hijab di kalangan wanita muslim membuat pelaku bisnis khususnya sektor industri fesyen halal berlomba – lomba dalam memproduksi hijab, sehingga terjadi persaingan kompetitif diantara para pelaku usaha. Pelaku usaha dituntut untuk dapat memahami kebutuhan konsumen, antara lain menjaga kualitas produknya, serta memahami gaya hidup masyarakat. Selain itu, era digitalisasi membuat informasi semakin mudah diperoleh, tidak terkecuali mengenai ulasan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kualitas produk, gaya hidup halal, dan *electronic word of mouth* mempengaruhi keputusan pembelian hijab di *e-commerce*. Sampel yang digunakan yaitu masyarakat DKI Jakarta berjumlah 130 responden, dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian diperoleh bahwa kualitas produk, gaya hidup halal, dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab di *e-commerce* secara parsial dan simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha khususnya industri hijab di *e-commerce* untuk meningkatkan kualitas produknya yang tentunya sesuai dengan gaya hidup halal, serta dapat mengelola interaksi dua arah dengan para konsumen.

**Kata Kunci:** *electronic word of mouth*, gaya hidup halal, hijab, keputusan pembelian, kualitas produk



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

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

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

Hari ini Rabu, tanggal 10 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Fayza Nadhira Raihanisa  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116001  
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB DI E-COMMERCE PADA  
MASYARAKAT DKI JAKARTA"**

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

**Tim Penguji**

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

**Keterangan:**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 10 Januari 2024

Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod S1 Ekonomi Syariah

**Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF**



## PRAKATA

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinan Keputusan Pembelian Hijab di *E-Commerce* pada Masyarakat DKI Jakarta”**. Skripsi ini diajukan dalam rangka pemenuhan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Pada proses penulisan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, baik secara moril maupun moral, untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Mira Rahmi, S.E, M.B.A, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, dan masukan bagi penulis.

Secara khusus, penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, yaitu Bapak Elfakhrian Putra, Ibu Yan Ekawati, dan Kakak Yanelia Nada Afrakinanti, serta seluruh keluarga inti yang telah memberika doa, dukungan, serta memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih turut penulis ucapkan kepada seluruh dosen dan civitas akademika UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti perkuliahan. Lalu, penulis juga ucapkan terima kasih kepada teman – teman program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang senantiasa mendukung, dan membantu penulis dalam proses belajar hingga menyusun skripsi. Serta, seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam meyelesaikan skripsi ini.

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

Jakarta, 10 Januari 2024

Fayza Nadhira Raihanisa

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
<b>ABSTRAK</b>	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.3 Gaya Hidup Halal	11
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	13
2.1.5 Sejarah Fesyen Hijab	15
2.1.6 Hukum Jual Beli Pada <i>E-Commerce</i>	16
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.3 Model Penelitian	26
2.4 Hipotesis	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>28</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional	28
3.1.2 Pengukuran Variabel	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30

3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data	31
3.3.3	Pengumpulan Data	31
3.4	Teknik Analisis Data	31
3.4.1	Analisis Deskriptif	31
3.4.2	Uji Kualitas Data	32
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	32
3.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.4.5	Uji Hipotesis	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>34</b>
4.1	Hasil Penelitian	34
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	34
4.1.2	Deskripsi Data Penelitian	34
4.1.3	Uji Kualitas Data	40
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	43
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.1.6	Uji Hipotesis	46
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di <i>E-Commerce</i>	48
4.2.2	Pengaruh Gaya Hidup Halal terhadap Keputusan Pembelian Hijab di <i>E-Commerce</i>	50
4.2.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Hijab di <i>E-Commerce</i>	51
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Halal, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Hijab di <i>E-Commerce</i>	52
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>54</b>
5.1	Simpulan	54
5.2	Keterbatasan Penelitian	54
5.3	Saran	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>56</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan Pakaian dan Aksesoris Muslim 2021	2
Tabel 2. Beberapa Merek Hijab di Indonesia	3
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4. Skala Likert	29
Tabel 5. Pengukuran Variabel	29
Tabel 6. Data Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	38
Tabel 7. Data Deskriptif Kualitas Produk (X1)	39
Tabel 8. Data Deskriptif Gaya Hidup Halal (X2)	39
Tabel 9. Data Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	40
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	41
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Halal (X2)	41
Tabel 13. Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	42
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 16. Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 17. Hasil Uji Heterskedastisitas	44
Tabel 18. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 19. Hasil Uji t	46
Tabel 20. Hasil Uji F	47
Tabel 21. Hasil Uji Koefisien determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> )	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	5
Gambar 2. Model Penelitian	26
Gambar 3. Data Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4. Data Responden Berdasarkan Domisili	35
Gambar 5. Data Responden Berdasarkan Aplikasi E-commerce	36
Gambar 6. Data Responden Berdasarkan Profesi	37
Gambar 7. Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 130 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Hasil Uji Kualitas Data
- Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis