

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR
PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM
DI TOKO KISA' KALIWUNGU, KENDAL.**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Ilmu Syariah Jurusan Ekonomi Islam



Oleh:

MUH ARIF RIF'AN

NIM 092411105

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2014

H.Muhammad Saifullah,M.Ag.

Alamat: Jl. Taman Karonsih IV Nomor 1181, Ngaliyan, Semarang.

H. Suwanto, S.Ag.MM.

Alamat: Troso RT.06 RW. 03 Pecangaan Jepara

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Muh Arif Rif'an

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Muh Arif Rif'an

NIM : 092411105

Judul : **“ANALISIS FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DI TOKO KISA' KALIWUNGU, KENDAL.”**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

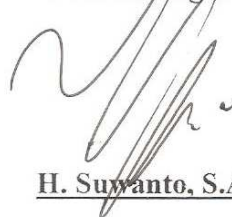
Pembimbing I



H.Muhammad Saifullah,M.Ag.

NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II



H. Suwanto, S.Ag, MM.

NIP. 19700302 2000501 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.Prof.Dr.Hamka Kampus III Ngaliyan-Semarang, Telp. (024)7601291

PENGESAHAN

Skripsi : Muh Arif Rif'an
NIM : 092411105
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul : Analisis Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Toko Kisa' Kaliwungu, Kendal

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal :

30 Januari 2014

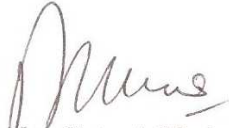
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu / S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

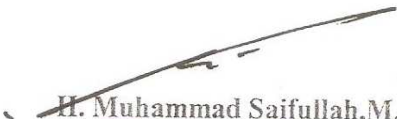
Semarang, 10 Februari 2014

Mengetahui,

Ketua Sidang,

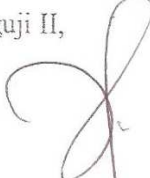
Sekretaris Sidang,



H. Nur Fatoni, M. Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004

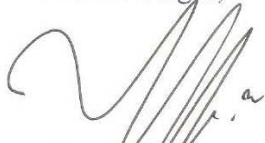

H. Muhammad Saifullah, M. Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003

Penguji I,

Ari Kristin P., S.E., M.Si.
NIP. 19790512 200501 2 004
Pembimbing I,

Penguji II,

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.
NIP. 19720307 200604 1 002
Pembimbing II,


H. Muhammad Saifullah, M. Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003


H. Suwanto, S. Ag. MM.
NIP. 19700302 2000501 1 003

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 20 Januari 2014

Deklarator

Muh Arif Rif'an
092411105

ABSTRAK

Toko Busana Muslim mengalami pertumbuhan yang semakin pesat di Kaliwungu, Kendal. Salah satu toko busana muslim yang cukup berkembang adalah Kisa'. Konsumen atau pembeli tidak hanya berasal dari kota Kendal saja tetapi juga berasal dari berbagai kota disekitarnya. Fenomena inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa'. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' Kaliwungu.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field ressearch*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuesioner yang penulis berikan kepada konsumen busana muslim di Toko Kisa', sedangkan data sekunder berasal dari dokumen berupa sejarah berdirinya Toko Kisa', produk, pemasaran dan dokumentasi dari buku-buku.

Metode analisis yang digunakan adalah uji instrumen pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda serta uji hipotesis dengan uji parsial (*uji t*), uji simultan (*uji f*), dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian, uji validitas semua item pertanyaan valid, uji reliabilitas semua variabel reliabel. Koefisien regresi variabel faktor budaya atau X1 sebesar -.038. faktor sosial atau X2 sebesar -.051. faktor pribadi atau X3 sebesar 0,245. faktor psikologi atau X4 sebesar 0,347 yang berarti secara partial faktor pribadi dan faktor psikologi dinyatakan signifikan sedangkan faktor budaya dan faktor sosial tidak signifikan karena nilai signifikannya diatas 0.05. Nilai *Adjusted R Square* (R^2) adalah 0,286. Hal ini berarti bahwa 28,6% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Sedangkan sisanya sebesar 71,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Nilai F hitung sebesar 10,421 dan signifikan pada $0,000 < \alpha = 0,05$ yang berarti variabel independen faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi keputusan pembelian busana muslim di toko kisa' diterima.

Keyword: Faktor-faktor (budaya, sosial, pribadi dan psikologi) dan Keputusan pembelian.

PERSEMBAHAN

Hanya sebuah karya sederhana yang dapat saya persembahkan, hanya seuntai kata yang mampu saya ucapkan kepada:

- ❖ Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
- ❖ Almamater saya, IAIN Walisongo (Rektor, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wakil Dekan I, Wakil Dekan II dan Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen yang mengampu mata kuliah di Jurusan Ekonomi Islam).
- ❖ Pembimbing Saya, H.Muhammad Saifullah,M.Ag. dan H.Suwanto, S.Ag.MM.
- ❖ Kedua Orang Tua saya (Bapak Asnawi dan Ibu Sulastri), 2 insan yang sangat saya cintai dan sayangi, semoga Allah SWT selalu memberi rahmat, taufik, dan hidayah-Nya pada kalian. Terima kasih atas curahan kasih sayangmu, pengorbanan besarmu, perhatianmu, keikhlasan cinta dan doa'mu yang slalu mengiringi hari-hariku.
- ❖ Adik ku tercinta Misbacul Anam Mulmaula dan Dini Riski Sahputri terima kasih telah mengerti aku walaupun aku belum memberikan yang terbaik.
- ❖ Amalia Nur Hanifah Terima kasih atas semua yang telah kau berikan dalam setiap nafas hidupku.
- ❖ Keluarga Besar Pondok Pesantren Uswatun Hasanah. Terimakasih atas segala perhatian dan kasih sayangnnya selama ini. Do'a dan dukungan kalian semua telah mengantarkanku ke gerbang awal perjalanan yang kian dewasa.
- ❖ Keluarga besar "IMAKEN", terima kasih atas kontribusi kekeluargaan yang intelektual.
- ❖ Sahabat saya yakni Akmalil Aushofi dan M. Miftah Fadlullah yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasinya, dan tak lupa Keluarga besar "EI Angkatan 2009", terima kasih atas perhatian dan kehangatan kekeluargaan yang selalu tercurahkan.
- ❖ Semua pihak yang senantiasa memberikan do'a, dukungan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“ANALISIS FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM DI TOKO KISA’ KALIWUNGU KENDAL”** dengan baik tanpa banyak menuai kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang. Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengajaran, bimbingan dan pengorbanan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Kajur Ekonomi Islam dan H. Ahmad Furqon, Lc.,MM selaku Sekjur Ekonomi Islam.

4. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I, serta H.Suwanto,S.Ag.MM selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.
6. Kedua orang tua (Bapak Asnawi dan Ibu Sulastri), dan seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil, serta do'a dan kasih sayangnya.
7. Teman-teman seperjuangan, yang setia melangkah bersama dalam suka maupun duka. Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya bisa berdo'a dan berikhtiar karena hanya Allah SWT yang bisa membalas kebaikan untuk semua.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kemanfaatan dan menambah khazanah keilmuan, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang, 4 Januari 2014

Penulis

Muh Arif Rif'an
092411105

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
DEKLARASI	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	10

2.2 Pengertian Produk	12
2.3 Keputusan Konsumen	13
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.3.3 Peran Konsumen Dalam Membeli	31
2.3.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	32
2.4 Busana Muslim.....	33
2.5 Penelitian Terdahulu	38
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.7 Hipotesis Penelitian	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	42
3.2 Populasi Dan Sampel	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	46
3.5 Teknik Analisi Data	48
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
3.5.1.1 Uji Validitas	48
3.5.1.2 Uji Reabilitas	49
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.2.1 Uji Multikolineritas	50
3.5.2.2 Uji.Autokorelasi	50
3.5.2.3 Uji Heteroskedasitas	51

3.5.3 Uji Normalitas.....	51
3.6 Uji Analisis Rregresi Berganda	52
3.7 Uji Hipotesis	52
3.7.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)	52
3.7.2 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran umum objek penelitian	55
4.2. Karakteristik responden	56
4.3. Deskriptif variabel penelitian.....	59
4.4. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	63
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1 Uji Multikolonieritas.....	67
4.5.2 Uji Autokorelasi	68
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.4 Uji Normalitas	71
4.6 Uji Persamaan regresi Berganda.....	73
4.7. Pengujian Hipotesis	74
4.7.1 Uji Koefesien Determinasi.....	76
4.7.2 Uji F.....	76
4.7.3 Uji T.....	78
4.8. Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Faktor yang mempengaruhi konsumen.....	16
Tabel 2.2. Proses keputusan pembelian	29
Tabel 4.1. Jenis kelamin responden	56
Tabel 4.2. Jenis usia responden.....	58
Tabel 4.3. Hasil sekor kuesioner regresi	60
Tabel 4.4. Hasil uji validitas variabel instrumen.....	65
Tabel 4.5. Hasil uji reabilitas variabel instrumen	66
Tabel 4.6. Coefficient.....	67
Tabel 4.7. Model Summary ^b	69
Tabel 4.8. Kolmogorov-Smirnov.....	72
Tabel 4.9. Coefficients ^a	73
Tabel 4.10. Variabel entered/removed	74
Tabel 4.11. Uji koefisien determinasi	75
Tabel 4.18. Uji F	76
Tabel 4.19. Uji T	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Model kerangka pemikiran.....	39
Gambar 4.1. Jenis kelamin responden	57
Gambar 4.2. Jenis usia responden	59
Gambar 4.3. Normal P-P Plot of regression standardized residual.....	70
Gambar 4.4. Grafik histrogram	71
Gambar 4.5. Scatterplot.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lampiran angket
- Lampiran 2 : Daftar seluruh jawaban atas angket
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 4 : Statistik deskriptif untuk 95 Responden
- Lampiran 5 : Output regresi linier berganda dari 95 responden
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik