

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Membeli Busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung.” ditulis oleh Khumairoh, NIM 2824133056, Dosen Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE.,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena memakai busana itu dianjurkan oleh syariat Islam. Busana muslim sendiri telah diterima oleh masyarakat dan sudah dianggap sebagai hal yang biasa. Busana muslim menjadi unsur populer di Indonesia, serta adanya peningkatan kesadaran dalam berbusana yang sesuai dengan syariat Islam.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1. Bagaimana faktor sosial, dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung?. 2. Bagaimana faktor budaya dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung?. 3. Bagaimana faktor pribadi dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung?. 4. Bagaimana faktor psikologis dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung?. 5. Serta faktor manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung?. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui 1. Bagaimana faktor sosial, dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung. 2. Bagaimana faktor budaya dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung. 3. Bagaimana faktor pribadi dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung. 4. Bagaimana faktor psikologis dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung. 5. Serta faktor manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi sebanyak 800 responden dan teknik sampling *probabilistic sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 240 responden. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 10 indikator dan semua bisa dianalisis lebih lanjut ke dalam analisis faktor. Data yang diolah dengan menggunakan SPSS 16 dan minitab 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari 13 indikator yang dianalisa dengan model analisis faktor yang merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli busana Adzka Hijab Syar’i Tulungagung tersebut terbentuk 3 faktor yaitu 1. Faktor psikologis menjadi faktor yang paling dipertimbangkan karena faktor psikologis berada pada faktor yang pertama dengan nilai *eigen value* tertinggi, Faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen yaitu faktor sosial dan faktor ketiga yang dipertimbangkan konsumen yaitu faktor pribadi. Sedangkan variabel budaya tidak dipertimbangkan karena indikator dari variabel budaya telah terbentuk ke dalam faktor pribadi, psikologis dan faktor sosial.

Kata kunci: konsumen, keputusan membeli.

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of Considered Factors Consumers in Buying Clothing Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung." Written by Khumairoh, NIM 2824133056, adviser Sri Eka Astutiningsih, SE., MM.

This research is motivated because wearing clothing is recommended by Islamic Shari'a. Moslem clothing itself has been accepted by the community and has been regarded as a matter of course. Muslim clothing became a popular element in Indonesia, as well as an increase in awareness in dress in accordance with Islamic Shari'a.

The formulation of the problem in this research are 1. How is social factors, considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ?. 2. How is the culture factor considered by consumers in buying Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ?. 3. How personal factors considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ?. 4. How psychological factors are considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ?. 5. And which factors are most considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung ?. The purpose of this study is to determine 1. How social factors, considered consumers in buying clothing Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. 2. How cultural factors considered consumers in buying clothing Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. 3. How personal factors considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. 4. How psychological factors are considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. 5. And which factors are most considered consumers in buying clothes Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

In this research used quantitative methods. The data used are primary data with the type of associative research. Population of 800 respondents and sampling probability sampling technique with simple random sampling category. The sample used is 240 respondents. The number of variables studied are 13 indicators and all can be analyzed further into factor analysis. Data processed using SPSS 16 and minitab 21.

The results of this research indicate that the results of 13 indicators analyzed by factor analysis model which is the factors considered by consumers in buying clothing Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung is formed 3 factors that is 1. Psychological factors into the most considered factors because of psychological factors are In the first factor with the highest value of eigen value, second factor considered by consumer is social factor and third factor considered by consumer is personal factor. While cultural variables are not considered because indicators of cultural variables have been formed into personal factors, psychological and social factors.

Keywords: consumer, buying decision.