

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PERSEPSI KESESUAIAN
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI *FASHION* MUSLIM
PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

NURROHMAH MUTIARA SOLICH

NIM. 2108204141

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1446 H / 2025 M

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PERSEPSI KESESUAIAN
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI *FASHION* MUSLIM
PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

NURROHMAH MUTIARA SOLICH

NIM. 2108204141

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1446 H / 2025 M

ABSTRAK

NURROHMAH MUTIARA SOLICH. NIM: 2108204141. “PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERSEPSI KESESUAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI FASHION MUSLIM PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM”, 2025.

Meningkatnya kesadaran akan *brand fashion* Muslim mendorong mahasiswa yang juga santri di pondok pesantren untuk lebih memperhatikan cara berpakaian yang tidak hanya sesuai dengan syariat, tetapi juga tetap rapih, profesional, dan nyaman dalam berbagai aktivitas akademik maupun sosial. Dengan banyaknya pilihan produk *fashion* Muslim dari berbagai merek, mahasiswa memiliki lebih banyak referensi untuk menyesuaikan gaya berpakaian mereka dengan standar kepesantrenan, tanpa harus meninggalkan unsur estetika dan kenyamanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* dan persepsi kesesuaian syariah terhadap keputusan konsumsi *fashion* Muslim pada santri Pondok pesantren An-Nidhom.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, serta teknik pengumpulan datanya melalui kuesioner yang penyebarannya dilakukan secara online menggunakan bantuan google form dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan perhitungan *t* (parsial), *brand awareness* dan persepsi kesesuaian syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumsi *fashion* Muslim pada santri Pondok pesantren An-Nidhom. Berdasarkan perhitungan uji *f* (simultan) *brand awareness* dan persepsi kesesuaian syariah terhadap keputusan konsumsi *fashion* Muslim memiliki *f* hitung lebih besar dari *f* tabel ($31,916 > 3,09$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *brand awareness* dan persepsi kesesuaian Syariah secara Bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumsi *fashion* Muslim. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim dalam mengambil keputusan konsumsi *fashion* tidak hanya mempertimbangkan seberapa populer atau dikenalnya suatu merek (*brand awareness*), tetapi juga menilai sejauh mana produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka yakini. Kombinasi antara pengakuan merek dan kesesuaian nilai religius menjadi faktor penentu dalam membentuk keputusan konsumsi.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Persepsi Kesesuaian Syariah, Keputusan Konsumsi, *Fashion* Muslim, Pondok Pesantren

ABSTRACT

NURROHMAH MUTIARA SOLICH. NIM: 2108204141. “THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PERCEPTION OF SYARIAH COMPLIANCE ON MUSLIM FASHION CONSUMPTION DECISIONS OF STUDENTS OF AN-NIDHOM ISLAMIC BOARDING SCHOOL”, 2025.

The increasing awareness of Muslim fashion brands encourages students who are also students at Islamic boarding schools to pay more attention to how to dress that is not only in accordance with sharia, but also remains neat, professional, and comfortable in various academic and social activities. With the many choices of Muslim fashion products from various brands, students have more references to adjust their clothing style to Islamic boarding school standards, without having to leave behind aesthetics and comfort. This study aims to determine the effect of brand awareness and perceptions of sharia compliance on Muslim fashion consumption decisions among students at An-Nidhom Islamic Boarding School.

This study uses a descriptive method with a correlational type with a quantitative approach. The data used in this study are primary data and secondary data, and the data collection technique is through a questionnaire that is distributed online using the help of Google Form with a sample size of 100 respondents. The data analysis methods used include data quality testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Data processing in this study uses SPSS 26.

Based on the calculation of t (partial), brand awareness and perception of sharia conformity have a positive and significant effect on the decision to consume Muslim fashion among students of An-Nidhom Islamic Boarding School. Based on the calculation of the f test (simultaneous) brand awareness and perception of sharia conformity on the decision to consume Muslim fashion have a calculated f greater than the f table ($31.916 > 3.09$) and a significance value of $0.000 < 0.05$. This means that the variables of brand awareness and perception of sharia conformity together influence the decision to consume Muslim fashion. These results indicate that Muslim consumers in making fashion consumption decisions not only consider how popular or well-known a brand is (brand awareness), but also assess the extent to which the product is in accordance with the sharia principles they believe in. The combination of brand recognition and conformity to religious values are determining factors in forming consumption decisions.

Keywords: Brand Awareness, Perception of Sharia Compliance, Consumption Decisions, Muslim Fashion, Islamic Boarding Schools

الملخص

نوررحمة مونيلا، سوليتش. نيم: 2108204141. "تأثير الوعي بالعلامة التجارية وإدراك التوافق الشرع على قرارات استهلاك الموضة الإسلامية لدى طلاب مدرسة النضم الإسلامية الداخلية"، 2025

يشجع الوعي المتزايد بماركات الأزياء الإسلامية الطلاب الذين هم أيضا طلاب في المدارس الداخلية الإسلامية على إيلاء المزيد من الاهتمام لكيفية ارتداء الملابس وفقا للشريعة الإسلامية ، ولكن أيضا يظلون أنيقين ومهنيين ومرتاحين في مختلف الأنشطة الأكاديمية والاجتماعية. مع مجموعة كبيرة من منتجات الأزياء الإسلامية من مختلف العلامات التجارية ، يتمتع الطلاب بمزيد من المراجع لتكييف أسلوبهم في اللباس مع معايير المدرسة الداخلية ، دون الحاجة إلى التخلي عن عناصر الجماليات والراحة. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الوعي بالعلامة التجارية وإدراك التوافق الشرعي على قرارات استهلاك الأزياء الإسلامية لدى طلاب مدرسة النضم الإسلامية الداخلية.

تستخدم هذه الدراسة طريقة وصفية من النوع الترابطي مع النهج الكمي. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية ، بالإضافة إلى تقنية جمع البيانات من خلال استبيان تم نشره عبر مع عينة من 100 مستجيب. تشمل طرق تحليل البيانات المستخدمة اختبار google الإنترنت بمساعدة نموذج جودة البيانات ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد ، واختبار الفرضيات. تستخدم SPSS 26 معالجة البيانات في هذه الدراسة.

(جزئي) ، فإن الوعي بالعلامة التجارية وإدراك التوافق الشرعي لهما تأثير إيجابي وكبير t بناء على حساب على قرارات استهلاك الأزياء الإسلامية لدى طلاب مدرسة النضم الإسلامية الداخلية. بناء على حساب (المتزامن) للوعي بالعلامة التجارية وإدراك توافق الشريعة الإسلامية لقرارات استهلاك الأزياء f الاختبار هذا يعني. وقيمة الدلالة هي $0.000 > 0.05 > 3.09 > 31.916$ أكبر من الجدول f الإسلامية ، فإن العدد أن متغيرات الوعي بالعلامة التجارية وتصور الامتثال للشريعة الإسلامية تؤثر معا على قرارات استهلاك الأزياء الإسلامية. تظهر هذه النتائج أن المستهلكين المسلمين عند اتخاذ قرارات استهلاك الموضة لا يأخذون في الاعتبار مدى شعبية العلامة التجارية أو شهرتها (الوعي بالعلامة التجارية) فحسب ، بل يقيمون أيضا مدى توافق المنتج مع مبادئ الشريعة الإسلامية التي يؤمنون بها. يعد الجمع بين التعرف على العلامة التجارية وملاءمة القيم الدينية عاملا حاسما في تشكيل قرارات الاستهلاك.

الكلمات البحث: الوعي بالعلامة التجارية، تصور التوافق مع الشريعة الإسلامية، قرارات الاستهلاك الموضة الإسلامية، المدرسة الداخلية الإسلامية

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PERSEPSI KESESUAIAN
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI *FASHION* MUSLIM
PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

NURROHMAH MUTIARA SOLICH

NIM. 2108204141

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Lavaman S.E, M.Si
NIP. 197210072011011002


Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag.
NIP. 19750601 200501 1 008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 197312232007011022

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **NURROHMAH MUTIARA SOLICH, NIM: 2108204141** dengan Judul **“PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERSEPSI KESESUAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI FASHION MUSLIM PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Layaman, S.E, M.Si.

NIP. 197216072011011002


Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag.

NIP. 19750601 200501 1 008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Orong Busthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312232007011022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERSEPSI KESESUAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI FASHION MUSLIM PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM”**, oleh **NURROHMAH MUTIARA SOLICH, NIM: 2108204141**, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 17 Juni 2025

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 17 Juni 2025

Sidang Munaqosyah



Ketua Sidang

H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 197312232007011022

Sekretaris Sidang

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.
NIP. 197311252014111002

Penguji I

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.
NIP. 198904212020121006

Penguji II

Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy.
NIP. 198602232017104001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurrohmah Mutiara Solich

NIM : 2108204141

Tempat tanggal lahir : Serang, 17 November 2003

Alamat : Kp. Kareo Masjid Ds. Kareo Rt/Rw. 002/001 Kec. Jawilan
Kab. Serang - Banten

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PERSEPSI KESESUAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI FASHION MUSLIM PADA SANTRI PONDOK PESANTREN AN-NIDHOM”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 17 Juni 2025
Saya yang menyatakan,



Nurrohmah Mutiara Solich
NIM. 2108204141

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya, serta mengukir rencana terindah untuk setiap insan yang meniti di jalan-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabat yang telah memberi petunjuk menuju jalan cahaya untuk menggapai Ridho-Nya.

Pertama-tama, skripsi ini saya persembahkan kepada cinta pertama dan panutan saya Daddy Solihul Wildan dan pintu surgaku Mama Munarsih yang teramat saya sayangi, hormati, dan cintai. Mereka telah merawat saya sejak awal kehidupan, senantiasa memberikan yang terbaik, selalu mengusahakan apa yang saya butuhkan, senantiasa membimbing, memberikan kasih sayang dan doa yang tiada henti kepada saya, serta sebagai sumber kekuatan terbesar dalam penyelesaian skripsi ini. Tidak lupa kepada Kakak Perempuan saya Lutviah Mutiara Solich yang juga amat saya sayangi yang selalu memberi nasihat, motivasi, selalu mengusahakan memberi apapun yang saya inginkan, serta selalu mendoakan saya.

Kedua, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Nurrohmah Mutiara Solich, yang telah berada dititik ini, berhasil menyelesaikan perkuliahan dari awal hingga akhir, melalui segala lika-liku dan ujian yang menghadang. Terimakasih telah bertahan, meski rasanya tidak selalu baik-baik saja. Di rantauan, kamu belajar bahwa menjadi kuat bukan berarti tak pernah lelah, tetapi mampu melangkah walau hati penuh beban. Ini hadiah untuk kamu, sebuah pengingat bahwa kamu mampu, meski tak semua orang mengerti cara kamu untuk bertahan.

Ketiga, skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang terdekat saya selama menjadi mahasiwi S1 di kampus UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, teman, sahabat, dan orang-orang yang telah menemani masa perkuliahan saya.

Doa saya semoga saya, keluarga, sahabat, dan teman-teman semua selalu dalam lindungan Allah swt., dilancarkan rezekinya, diberikan umur yang berkah, serta dimudahkan segala urusannya baik di dunia maupun akhirat, aamiin.

MOTTO HIDUP

وَلَمْ أَكُنْ بِدُعَائِكَ رَبِّ شَقِيًّا

“Dan aku tidak pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu, wahai Tuhanku”

-Sehat Bahagia Kaya Raya-



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nurrohmah Mutiara Solich, dilahirkan di Serang pada hari Senin, 17 November 2003. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Solihul Wildan dan Ibu Munarsih. Bertempat tinggal di Kp. Kareo Masjid Ds. Kareo Rt/Rw. 002/001 Kec. Jawilan Kabupaten Serang - Banten.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah:

1. TK Al-Khaeriyah lulus tahun 2009
2. SDN 03 Kepahiang lulus tahun 2015
3. MTS Ikhlas Jawilan lulus tahun 2018
4. SMK Ikhlas Jawilan lulus tahun 2021

Penulis menempuh program pendidikan Strata-1 program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dan menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness* Dan Persepsi Kesesuaian Syariah Terhadap Keputusan Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santri Pondok Pesantren An-Nidhom”, dibawah bimbingan Bapak Dr. Layaman, S.E, M.Si. dan Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaclani, M.Ag.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya, serta mengukir rencana terindah untuk setiap insan yang meniti jalan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness* Dan Persepsi Kesesuaian Syariah Terhadap Keputusan Konsumsi *Fashion* Muslim Pada Santri Pondok Pesantren An-Nidhom”. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabat yang telah memberi petunjuk menuju jalan cahaya untuk menggapai Ridho-Nya.

Suatu kebanggaan bagi penulis karena telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktunya. Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada orang tua tersayang Bapak Solihul Wildan dan Ibu Munarsih serta Kakak Perempuan Lutviah Mutiara Solich. Merekalah yang selalu mendoakan, memberikan dukungan moril, materil, dan motivasi agar penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi dan menggapai cita-cita. Tak lupa juga penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Dr. Layaman, S.E, M.Si., pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas selama penulis menempuh pendidikan pada jurusan Ekonomi Syariah.
8. Pengasuh Pondok Pesantren An-Nidhom dan seluruh pihak yang telah memberikan izin penelitian dan telah bersedia memberikan informasi kepada penulis yang berhubungan dengan penelitian ini.
9. Teman-teman terbaikku Puput, Faiq, Niswah, Mbak Ayu, dan terutama Habibah Nurhafizh yang telah memberi kesan yang sangat istimewa selama saya diperantauan ini, semoga pertemanan kita tidak akan pernah pudar sampai kapanpun.
10. Kepada Nur Alifah teman sekamarku, terimakasih telah selalu mangajak pada kebaikan, terutama membangunkan sholat subuh.
11. Keluarga besar Ekonomi Syariah angkatan 2021, khususnya kelas Ekonomi Syariah D terimakasih karena telah menjadi keluarga ke 2 saya, berbagi pengalaman dan mengisi memori kehidupan saya selama perkuliahan berlangsung.
12. Untuk seseorang yang belum bisa penulis tuliskan dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bentuk penulis untuk memantaskan diri. Meskipun saat ini aku tidak tahu keberadaanmu dibumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa, namun aku meyakini kata Sayyidina Umar Bin Khattab, bahwa “apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan”.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Cirebon, 17 Juni 2025

Penulis


Nurrohmah Mutiara Solich
NIM. 2108204141

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
الملخص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO HIDUP	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. <i>Brand Awarenesss</i>	11
B. Persepsi Kesesuaian Syariah	13
C. Keputusan Konsumsi <i>Fashion</i> Muslim	17
D. Konsep <i>Fashion</i> Muslim	24
E. <i>Grand Theory</i>	34

F. Penelitian Terdahulu	34
G. Kerangka Pemikiran.....	43
H. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian	48
B. Metode Penelitian.....	48
C. Populasi dan Sampel	48
D. Sumber Data.....	50
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	50
F. Definisi Operasional Variabel.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Kualitas Data	55
2. Uji Asumsi Klasik	56
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4. Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Gambaran Umum Responden	63
C. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	64
D. Uji Instrumen	71
E. Pembahasan Penelitian.....	82
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
Tabel 4.2 Gambaran umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Gambaran umum Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.4 Gambaran umum Responden Berdasarkan Kelas Dirosah	64
Tabel 4.5 Hasil Pernyataan Brand Awareness (X1).....	64
Tabel 4.6 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Brand Awareness.....	66
Tabel 4.7 Hasil Pernyataan Persepsi Kesesuaian Syariah (X2)	66
Tabel 4.8 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Persepsi Kesesuaian Syariah	68
Tabel 4.9 Hasil Pernyataan Keputusan Konsumsi Fashion Muslim (Y)	69
Tabel 4.10 Interpretasi Jawaban Responden Penilaian Keputusan Konsumsi Fashion Muslim.....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial)	78
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Brand Awareness (X1)	102
Lampiran 3 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Persepsi Kesesuaian Syariah (X2)	105
Lampiran 4 Hasil Penyebaran Kuesioner Variabel Keputusan Konsumsi Fashion Muslim (Y).....	108
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness (X1).....	111
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kesesuaian Syariah (X2)	112
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumsi Fashion Muslim (Y)	113
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Awareness (X1).....	114
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kesesuaian Syariah (X2) .	114
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumsi Fashion Muslim (Y).....	114
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas	115
Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas	115
Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	116
Lampiran 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	116
Lampiran 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	117
Lampiran 16 Hasil Uji Simultas (Uji F).....	117
Lampiran 17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	117
Lampiran 18 Tabel-r	118
Lampiran 19 Tabel t	119
Lampiran 20 Tabel F	120
Lampiran 21 SK Penetapan Dosen Pembimbing	121
Lampiran 22 Bukti Kartu Bimbingan Skripsi	122
Lampiran 23 Dokumentasi.....	123

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 157 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ya
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (ـَ) untuk vokal *a*, *kasroh* (ـِ) untuk vokal *i*, dan *dhummah* (ـُ) untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *au* yaitu harakat *a* (*fathah*) diikuti wawu (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (*fathah*) diiringi huruf *ya*’ (ي) *sukun* (mati).

Contoh vokal tunggal : كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap :

1. Fathah + yā“ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (إِ).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

2. Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَئِلَ ditulis haula

C. Madda

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...َ	Atau fathah dan ya		
ي...ِ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...ِ	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu: ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ي** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **ى**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis rabbanâ

الْحَدّ ditulis al-ḥaddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu

الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

2. Kata sandang diikuti huruf *qomariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah ditulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis al-Maliku

الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn.

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِيّ ditulis al-Bukhârî
البَيْهَقِيّ ditulis al-Baihaqî

