

**FASHION CONSCIOUSNESS, MATERIALISM AND BATIK CLOTHING
PURCHASE INVOLVEMENT OF YOUNG CONSUMERS IN INDONESIA**

(Studi Empiris : Remaja pengguna batik di Indonesia)

SKRIPSI



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Marlina Dewi Lestari

Nim :19415018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

**FASHION CONSCIOUSNESS, MATERIALISM AND BATIK CLOTHING
PURCHASE INVOLVEMENT OF YOUNG CONSUMERS IN INDONESIA**

(Studi Empiris : Remaja pengguna batik di Indonesia)

SKRIPSI



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Marlina Dewi Lestari

Nim :19415018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

Halaman Pengesahan

Judul : *Fashion consciousness, Materialism and Batik Clothing Purchase Involvement of young consumer in indonesia*

Nama : Marlina Dewi Lestari

NIM : 19415018

Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 14 Mei 1999

Program Studi : S1 Manajemen

Isi dan format disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 03 Juni 2023

Pembimbing I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Pembimbing II



Riawan, S.Pd., MM
NIDN.0705128502

Mengetahui



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN.0760508 200501 1 002

Dosen Peguji

Dosen Peguji I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN.0727118803

Dosen Penguji II



Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN.0730127102

Dosen Peguji III



Dwi Warti Wahyuningsih, SE., MM
NIDN.0710048902

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fashion consciousness, materialism and fashion involvement terhadap keputusan pembelian batik oleh anak muda di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah anak muda yang melakukan pembelian produk batik di Indonesia. Umlah sampel penelitian ini adalah sebesar 352 responden. Dimana jumlah tersebut diperoleh dengan menggunakan table ISAC. Jenis data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan google form. Metode analisis data penelitian ini menggunakan metode SEM dengan alat bantu statistic Smart PLS. Structural Equation Modelling (SEM) merupakan Teknik statistic untuk menguji mengestimasi hubungan kausal menggunakan kombinasi data statistic dan asumsi kausal kualitatif. Alasan memilih menggunakan SEM dalam penelitian ini karena SEM mampu menguji serangkaian hubungan antar konstruk yang relative rumit secara simultan serta mampu untuk mengkonfirmasi dimensi – dimensi dari sebuah konsep atau factor serta kemampuannya untuk mengukur hubungan – hubungan yang secara teoritis. Hasil penelitian ini adalah Fashion consciousness, Materialism, Fashion clothing involvement berpengaruh terhadap erhadap purchase. Kebaruan dari penelitian ini yaitu penerapan teori Consumer Culture Theory (CCT) dalam menganalisis keputusan pembelian remaja terhadap baju batik di Indonesia. Teori ini memiliki makna bahwa mayoritas Seseorang saat ini mengonsumsi barang bukan berdasarkan kebutuhan sehari-hari melainkan menuruti keinginan dan keyakinannya yang lebih tren.

Kata Kunci : *Fashion consciousness, Materialism, Fashion clothing involvements dan Purchase decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“FASHION CONSCIOUSNESS, MATERIALISM AND BATIK CLOTHING PURCHASE INVOLVEMENT OF YOUNG CONSUMERS IN INDONESIA”** sesuai dengan yang telah direncanakan.

Penulisan laporan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

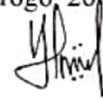
Pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu dan Bapak yang telah memberikan dukungan dan semangat serta do'anya.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Riawan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi dan artikel.
7. Seluruh dosen Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
8. Temanku Regyta aprylia, Jihan Fauziah, Anggun Anggraini dan Novia Dani yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini serta selalu absurd setiap ada pembahasan di grup WA
9. Mbah uti dan Mbah kakung saya yang selalu mendokan dan mendukung saya
10. Untuk laki-laki yang selalu menemani saya dari tahun 2020, terimakasih sudah selalu memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi hingga selesai

11. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, 26 Juni 2023



Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Donorogo, 26 Juni 2023



Marlina Dewi lestari

NIM. 19415018

MOTTO

“ JADILAH SENDIRI, JANGAN PEDULIKAN KATA ORANG, TERUS MAJU
DAN RAIH IMPIANMU ”



Daftar Isi

Halaman Pengesahan	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	vii
MOTTO	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Bagi penulis :.....	6
1.4.2 Bagi pihak lain :	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 LANDASAN TEORI	7
2.1.1 Teory Consumer Cultur Teory	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Fashion Consciousness.....	10

2.1.4 Materialism	12
2.1.5 Fashion Involvement	14
2.2 Penelitian terdahulu	16
2.3 Model Kerangka Penelitian	18
BAB III	19
METODELOGI PENELITIAN	19
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	19
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	19
3.2.1 Populasi	19
3.2.2 Sampel	20
3.3 Jenis Data Penelitian	20
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder	21
3.4 Metode Pengambilan Data	21
3.4.1 Observasi	21
3.4.2 Kuesioner	21
3.5 Definisi Operasional Variable	22
3.6 Metode Analisis Data	23
3.6.1 Outer Model	23
3.6.1.1 Uji Validitas	23
3.6.1.2 Uji reliabilitas	24
3.6.2.3 Uji Inner Model	24
3.6.2.4 Uji Hipotesa	25
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46

4.1 Identitas Responden	46
4.2 Uji Discriminant Validity	47
4.3 Uji Construct Reliability	48
4.4 Uji Inner Model.....	49
4.5 Uji Hipotesis Berdasarkan Total Effects	50
4.6 Pembahasan.....	52
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	66
1. LOA	66
2. SURAT KETERANGAN PLAGIASI	67
3. KUISIONER	68
4.HASIL JAWABAN RESPONDEN	75
5. TABULASI DATA KUISIONER RESPONDEN	84
6. Uji Hipotesis Berdasarkan Total Effects	84

Daftar Tabel

Table 1.1 Riset Gap.....	5
Table 2.1 Indikator Puchase dan Pengukurannya	9
Table 3 - Tabel 2.2 Indikator Purchase Pembelian dan Pengukurannya	10
Table 4 - Tabel 2.3 INdikator Fashion Consciousness dan penukuraany	11
Table 5 - Tabel 2.4 Indikator Materialism dan pengukurannya	13
Table 6 - Table 2.5 Indikator Fashion Involment dan pengukuranya.....	15
Table 7 - Table 3.1 Definisi Operasional Variable	22
Table 8 - Table 4.1 Karakteristik Responden.....	46
Table 9 - Table 4.2 Nilai AVE	47
Table 10 - Table 4.3 Hasil uji Construct Reliability	48
Table 11 - Table 4.4 R Square	49
Table 12 - Table 4.5 Hasil Uji Pembahasan berdasarkan Total Efect.....	50



Daftar Gambar

Figure 1 Kerangka Konseptual	18
Figure 2 Model Lengkap SEM.....	52

