

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
***FASHION KOREA***



**ASTRI SUCI RAHMADANI**

**5525160966**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**



## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion*  
Korea

Penyusun : Astri Suci Rahmadani

NIM : 5525160966

Tanggal Ujian : 28 Juli 2021

**Disetujui Oleh :**

Pembimbing I,



Dr. Cholilawati, S.Pd., M.Pd

NIP. 19760909052008122002

Pembimbing II,



Esty Nurbaity Arrsy, S.Pd., M.Km.

NIP. 197409281999032001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. Wesnina, M.Sn

NIP. 19640424988112001

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion*  
Korea  
Penyusun : Astri Suci Rasshmadani  
NIM : 5525160966

### Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dr. Cholilawati, S.Pd., M.Pd

NIP. 19760909052008122002

Pembimbing II



Esty Nurbaity Arrsy, S.Pd., M.Km.

NIP. 197409281999032001

### Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



Dra. Suryawati, M.Si

NIP. 196310291988032001

Anggota penguji I,



Dr. Dewi Sulyanthini, A.T.,M.M

NIP.197110301999032002

Anggota Penguji II



Dra. Vivi Radiona SP, M.Pd

NIP.196209111988032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. Wesnina, M.Sn

NIP. 19640424988112001

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Astri Suci Rahmadani

NIM. 5525160966



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Astri Suci Rahmadani  
NIM : 5525160966  
Fakultas/Prodi : Teknik/ Pendidikan Tata Busana  
Alamat email : astrisucirhmdn@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Korea

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2021

Penulis

(Astri Suci Rahmadani)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rahmat serta hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Korea” dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar S1 Sarjana Pendidikan pada Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Teknik, Program Studi Pendidikan Tata Busana. Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Wesnina, M.Sn, Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Cholilawati, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing 1, Pembimbing Materi dan Akademi yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, saran dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Esty Nurbaity Arrsyi, S.Pd., M.KM, selaku Dosen Pembimbing 2, Pembimbing Metodologi Penelitian yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, saran dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Tata Usaha Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua, Bapak Mulgiyanto dan Ibu Mindarti, S.Pd yang selalu mendoakan dan mensupport dalam segala hal.
7. Kakak M. Agung Wansyah Yunandar, S.T.Pel., M.M.Tr, Amalia Yasmin Choirunnisa, S.T dan Ikhsan Setia Sanjaya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini serta M. Kalandra Falah Anandar, keponakan tersayang yang selalu menjadi moodbooster dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman seperbimbingan, Seliana Pratiwi dan Lulu Kurnia Imaningsih yang selalu ada saat susah maupun senang dalam menjalani perkuliahan serta menyelesaikan skripsi. Linda Sinaga, Melinda Tri Lestari, Yenny Sania Rahmah, Mega Pertiwi, Kautsaroh Alfi Naimah (Umi), dan Annisa Mahardela YD yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar penulis cepat menyelesaikan skripsi serta memberikan kenangan-kenangan indah dalam menjalani perkuliahan.
9. Temen-teman seperbimbingan (April, Anggi, Astri, Fitri) Prodi Pendidikan Tata Busana UNJ 2016.
10. Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya.
11. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam studi hingga dapat terselesaikan dengan baik, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan mohon maaf dan terima kasih.

Penulis



Astri Suci Rahmadani

5525160966



## ABSTRAK

Astri Suci Rahmadani. 5525160966. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian *Fashion* Korea”. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang perilaku konsumen pada *fashion* Korea, memperoleh informasi tentang keputusan pembelian pada *fashion* Korea dan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *fashion* Korea.

Metode penelitian menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 166 responden, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *google form*. Metode analisis menggunakan Chi-Square.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dengan indikator faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berada pada kategori baik. Indikator yang paling memiliki pengaruh yang tinggi adalah psikologi dengan kategori sangat baik 53,0%. Indikator yang memiliki pengaruh paling rendah adalah indikator sosial dengan kategori buruk 45,2%. Keputusan pembelian dengan indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian dalam keputusan pembelian berada pada kategori sangat baik. Indikator yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah indikator pencarian informasi dengan kategori sangat baik 60,2%. Hasil analisis data menunjukkan value  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Korea. Semakin baik perilaku konsumen maka semakin baik pula keputusan pembelian *fashion* Korea, dimana setiap perubahan Perilaku Konsumen mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 4,320.

Kata kunci: perilaku konsumen, keputusan pembelian, *fashion* Korea

## **ABSTRACT**

Astri Suci Rahmadani. 5525160966. *"Consumer Behavior On Purchasing Decisions of Korean Fashion "*. Thesis, Jakarta: Fashion Design Education Program, Faculty of Engineering, State University of Jakarta, 2021.

*The purpose of this research to obtain information about consumer behavior on Korean fashion, to obtain information about purchasing decisions on Korean fashion and to examine the effect of consumer behavior on purchasing decisions of Korean fashion.*

*The method used a survey method with a quantitative approach. The sample of this research was 166 respondents, data collected by using google form.*

*The analyzed using Chi-Square. The results of this research indicate that consumer behavior with indicators cultur, sosiacl, personal, pshycology were in a positive category. The indicator that has the highest influence is psychology with a very good category of 53.0%. The indicator that has the lowest influence is the social indicator with a poor category of 45.2%. Purchasing decisions with indicators of Need recognition, information search, evaluation of alternative, purchase activity, post-purchase behavior indicators in purchasing decisions were in the very positive category. The indicator that has the highest influence is the information search indicator with a very good category of 60.2%. The results of data analysis showed a value of  $0.000 < 0.05$ . It can be concluded that there is an influence between Consumer Behavior on Korean Fashion Purchasing Decisions. The better the consumer behavior, the better the Korean fashion purchasing decision, where every change in consumer behavior affects the purchasing decision by 4.320.*

*Keywords: consumer behaviour, purchasing decisions, Korean Fashion*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORETIK.....	9
1.1. Deskripsi Konseptual.....	9
1.1.1. Keputusan Pembelian.....	9
1.1.2. Perilaku Konsumen.....	12
1.1.3. <i>Fashion</i> Korea.....	25
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	38
2.3. Kerangka Teoritik.....	40
2.4. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III.....	42
METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1. Tujuan Penelitian.....	42
3.2. Waktu dan Tempat.....	42
3.3. Metode Penelitian.....	42

3.4.	Populasi, Sampel dan Metode Sampling .....	43
3.4.1.	Populasi.....	43
3.4.2.	Sampel dan Metode Sampling .....	43
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	45
<b>1.5.</b>	<b>Kisi-Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....</b>	<b>47</b>
3.5.1.4.	Jenis Instrumen Variabel Perilaku Konsumen.....	47
3.5.1.5.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
3.5.2.	Instrument Variabel Perilaku Konsumen (X) .....	49
3.5.2.	Definisi Konseptual Variabel Perilaku Konsumen.....	49
3.5.2.2.	Definisi Operasional Variabel Perilaku Konsumen .....	50
3.5.2.3.	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Perilaku Konsumen .....	50
3.5.2.4.	Jenis Instrumen Variabel Perilaku Konsumen.....	51
3.5.2.5.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen (X) .....	52
3.6.	Teknik Analisis Data .....	53
3.7.	Hipotesis Statistika .....	54
<b>BAB IV</b>	.....	<b>55</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>55</b>
4.1.	Deskripsi Data.....	55
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	55
4.2.	Hasil Pengujian Prasyarat Analisis.....	57
4.2.1.	Uji Validitas .....	57
4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	60
4.3.	Data Hasil Penelitian .....	61
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
4.6.	Keterbatasan Penelitian .....	82
<b>BAB V</b>	.....	<b>83</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>83</b>
5.1.	Kesimpulan.....	83
5.2.	Implikasi .....	83
5.3.	Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>89</b>

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>92</b>
<b>Lampiran 2 Tabel Tabulasi Data Variabel X dan Y .....</b>	<b>98</b>
<b>Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumen (X) .....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....</b>	<b>108</b>
<b>Lampiran 5 Hasil Analisis Data Per Item.....</b>	<b>111</b>
<b>Lampiran 6 Hasil Analisis Data Per Indikator .....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran 7 Hasil Analisis Data Per Variabel (X dan Y).....</b>	<b>124</b>
<b>Lampiran 8 Hasil Analisis Uji Kai Kuadrat (Chi Square) .....</b>	<b>125</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Nilai P dan $P^*(1-p)$ .....	44
Tabel 3. 2. Kisi-kisi instrument variable Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 3. 3. Nilai Cronbach's Alpha .....	49
Tabel 3. 4. Kisi-kisi instrument variable Perilaku Konsumen (X).....	50
Tabel 3. 5. Nilai Cronbach's Alpha .....	53
Tabel 4. 1. Daftar Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2. Daftar Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4. 3. Daftar Karakteristik Responden Berdasarkan Data Pembelian .....	57
Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen.....	58
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4. 6. Hasil Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumen .....	60
Tabel 4. 7. Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4. 8. Indikator Budaya.....	61
Tabel 4. 9. Indikator Sosial .....	62
Tabel 4. 10. Indikator Pribadi .....	64
Tabel 4. 11. Indikator Psikologi.....	66
Tabel 4. 12. Penilaian Variabel Perilaku Konsumen .....	67
Tabel 4. 13. Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	69
Tabel 4. 14. Indikator Pencarian Informasi .....	71
Tabel 4. 15. Indikator Evaluasi Alternatif .....	72
Tabel 4. 16. Indikator Kegiatan Pembelian .....	74
Tabel 4. 17. Perilaku Setelah Pembelian .....	75
Tabel 4. 18. Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4. 19. Tabel Hasil Uji Chi Kuadrat .....	78
Tabel 4. 20. Risk Estimate .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. <i>Fashion</i> anak muda (kiri) yang berperilaku mengikuti <i>fashion style</i> .....	3
Gambar 1. 2. Fashion remaja (kanan) yang mengikuti fashion style Idol Korea (kiri) .....	3
Gambar 1. 3. Data grafik pada Google Trends dengan pencarian kata kunci Korean fashion/fashion Korea 2020-2021 .....	4
Gambar 1. 4. Influencer atau selebriti yang menggunakan gaya fashion Korea .....	5
Gambar 2. 1. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Menurut Kotler .....	10
Gambar 2. 2. Model Perilaku Konsumen (Henry Assael) .....	16
Gambar 2. 3. Perincian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler) .....	17
Gambar 2. 4. Model Perilaku Konsumen Engel, Kollat dan Blackwell .....	21
Gambar 2. 5. Gaya Athleisure.....	27
Gambar 2. 6. Statement blazer .....	27
Gambar 2. 7. Oversized Top .....	28
Gambar 2. 8. Baggy Jeans.....	28
Gambar 2. 9. Romantic Ruffles .....	29
Gambar 2. 10. Leather .....	29
Gambar 2. 11. Fringe .....	30
Gambar 2. 12. Frill.....	30
Gambar 2. 13. Monotone .....	31
Gambar 2. 14. Warna-warna pastel.....	31
Gambar 2. 15. Logos.....	32
Gambar 2. 16. Motif florals .....	32
Gambar 2. 17. Check Print.....	33
Gambar 2. 18. Animal Print.....	33
Gambar 2. 19. Mix and Match .....	34
Gambar 2. 20. Simple dan elegant .....	34
Gambar 2. 21. Gampang mix and match-nya .....	35
Gambar 2. 22. Model pakaian yang genderless .....	35
Gambar 2. 23. Gampang diadaptasi .....	36

Gambar 2. 24. Ruffled blouse khas korea.....	36
<i>Gambar 2. 25. Perpaduan warnan yang pas .....</i>	<i>37</i>
Gambar 2. 26. Jahitannya rapi dan kuat.....	37
Gambar 2. 27. Tambahan aksesoris semakin .....	38
Gambar 2. 28. Kerangka Teoretik.....	41
Gambar 4. 1. Grafik Budaya .....	62
Gambar 4. 2. Grafik Sosial .....	63
Gambar 4. 3. Grafik Pribadi.....	65
Gambar 4. 4. Grafik Psikologi .....	66
Gambar 4. 5. Grafik Perilaku Konsumen.....	68
Gambar 4. 6. Grafik Pengenalan Kebutuhan .....	70
Gambar 4. 7. Grafik Pencarian Informasi .....	71
Gambar 4. 8. Grafik Evaluasi Alternatif.....	73
Gambar 4. 9. Grafik Kegiatan Pembelian.....	74
Gambar 4. 10. Grafik Perilaku Setelah Membeli.....	76
Gambar 4. 11. Grafik Keputusan Pembelian .....	77