

SKRIPSI

**KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
BUSANA DI ‘KOMUNITAS MURAH-MURAH’
PADA MEDIA SOSIAL X**



Intelligentia - Dignitas

NADIA PUSPITA MAHARANI

1515620012

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana di
'Komunitas Murah-Murah' pada Media Sosial X

Nama : Nadia Puspita Maharani

NIM : 1515620012

Tanggal Ujian : 16 Januari 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Westina, M.Sn.

NIP. 196310291988032001




Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

NIP. 196403251989032003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.

NIP. 198106012006042001

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana di
'Komunitas Murah-Murah' pada Media Sosial X
Penyusun : Nadia Puspita Maharani
NIM : 1515620012

Disetujui Oleh:

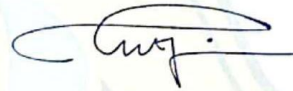
Pembimbing I



Dr. Wesnina, M.Sn.

NIP. 196310291988032001

Pembimbing II



Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

NIP. 196403251989032003

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji



Dra. Melly Prabawati, M.Pd.
NIP. 196305211988032002

Anggota Penguji I



Sri Listiani, S.Pd., M.Ds.
NIP. 199506022024212001

Anggota Penguji II



Rahayu Purnama, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NIDN. 0023078602

Intelligent. *Dignitas*
Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.
NIP. 198106012006042001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan sebelumnya untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini dibuat murni dari gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Nadia Puspita Maharani

NIM. 1515620012



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili : 021-4894221
Laman: 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 : Nadia Puspita Maharani
NIM : 1515620012
Fakultas/Prodi : Teknik/S1 Pendidikan Tata Busana

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 :

“Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana
di ‘Komunitas Murah-Murah’ pada Media Sosial X”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, 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, 14 Februari 2025
Penulis

(Nadia Puspita Maharani)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, program studi Pendidikan Tata Busana di Universitas Negeri Jakarta dengan judul "Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana di ‘Komunitas Murah-Murah’ pada Media Sosial X”. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. phil. Yeni Sesnawati, MT. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
3. Dra. Melly Prabawati, M.Pd. selaku Pembimbing Akademik angkatan 2020 Program Studi Pendidikan Tata Busana
4. Dr. Wesnina, M.Sn. dan Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh jajaran Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di Program Studi Pendidikan Tata Busana
6. Seluruh jajaran Tata Usaha Program Studi Pendidikan Tata Busana
7. Kedua orang tua dan kakak peneliti yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh sahabat dan rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana Angkatan 2020 yang mendukung peneliti selama perkuliahan sampai saat ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan peneliti terima. Peneliti berharap, semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak.

Jakarta, 10 Februari 2025



Nadia Puspita Maharani

NIM. 1515620012

KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK BUSANA DI 'KOMUNITAS MURAH-MURAH' PADA MEDIA SOSIAL X

Nadia Puspita Maharani

Dosen Pembimbing: Dr. Wesnina, M.Sn., Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam pembelian produk busana di 'Komunitas Murah-Murah' pada media sosial X, yang diukur berdasarkan indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan kemudahan mendapatkan produk.

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, serta menggunakan metode survey. Sampel yang diteliti berjumlah 100 responden berdasarkan perhitungan rumus *Cochran*. Pengumpulan data dilakukan dengan *Google Form* yang disebar melalui media sosial X. Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan tabel, persentase, dan diagram bar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam pembelian produk busana di 'Komunitas Murah-Murah' pada media sosial X mendapat tingkat kepuasan sebesar 81,89% dengan kategori tinggi. Indikator dengan tingkat kepuasan tertinggi yaitu indikator Emosional dengan persentase 83,33% dalam kategori sangat tinggi. Produk busana yang dijual dirasa sesuai dengan selera konsumen. Konsumen juga mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya bila menggunakan produk yang dibeli secara daring. Sedangkan indikator dengan tingkat kepuasan terendah adalah indikator Kemudahan Mendapatkan Produk dengan persentase 80,67% namun masih dalam kategori tinggi. Konsumen puas karena tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan produk busana yang dibelinya. Namun, konsumen juga mengalami ketidakpuasan dalam kemudahan pengembalian produk dan uang setelah produk busana yang dibelinya tidak sesuai dengan yang diunggah di 'Komunitas Murah-Murah'.

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen, Busana, Media Sosial, X/Twitter*

Intelligentia - Dignitas

**CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASING FASHION PRODUCTS IN
THE 'KOMUNITAS MURAH-MURAH' ON SOCIAL MEDIA X**

Nadia Puspita Maharani

Supervisors: Dr. Wesnina, M.Sn., Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRACT

This research aims to determine consumer satisfaction in purchasing fashion products in the 'Komunitas Murah-Murah' on social media X, measured based on 5 indicators; product quality, service quality, emotional, price, and ease of purchasing products.

This research was performed using a quantitative approach with a descriptive research type and using a survey method. The sample studied consisted of 100 respondents based on the Cochran formula calculation. The data was collected using Google Forms and distributed through social media X. Data analysis was conducted using descriptive quantitative methods with tables, percentages, and bar diagrams.

This research results show that consumer satisfaction in purchasing fashion products in the 'Komunitas Murah-Murah' on social media X received a satisfaction level of 81.89% in the high satisfaction category. The indicator with the highest satisfaction level is the Emotional indicator, with a percentage of 83.33% in the very high satisfaction category. The fashion products sold are perceived to match consumer tastes. Consumers also gain the confidence that others will be impressed by them when using the products purchased online. Meanwhile, the indicator with the lowest satisfaction level is the Ease of Purchasing Products indicator, with a percentage of 80.67%, but it is still in the high satisfaction category. Consumers are satisfied because they do not have to wait long to receive the purchased fashion products. However, consumers also experience dissatisfaction in returning products and getting the refund if the purchased fashion items did not match what was posted in the 'Komunitas Murah-Murah'.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Fashion, Social Media, X/Twitter*

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Pembatasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Kegunaan Penelitian	17
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.2 Pembelian.....	25
2.1.3 Produk Busana	26
2.1.4 Komunitas	28
2.1.5 Media Sosial.....	29
2.1.6 Media Sosial X.....	30
2.1.7 Kelompok Usia Pengikut ‘Komunitas Murah-Murah’	32
2.2 Penelitian yang Relevan.....	33
2.3 Kerangka Berpikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Tujuan Operasional Penelitian	37

3.2 Waktu dan Subjek Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	37
3.4 Definisi Operasional	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Variabel Penelitian	41
3.6.1 Definisi Konseptual Variabel	41
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.6.3 Instrumen Penelitian.....	42
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	45
3.7.1 Uji Validitas.....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	46
3.8 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data.....	48
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data	51
4.3 Hasil Penelitian	52
4.4 Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana di ‘Komunitas Murah-Murah’ pada Media Sosial	78
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan jumlah pengikut beberapa komunitas di media sosial X..	3
Tabel 1.2 Perbandingan kegiatan jual-beli di media sosial X melalui 'Komunitas Murah-Murah' dan melalui platform e-commerce Carousell	7
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Kepuasan Konsumen.....	43
Tabel 3.2 Kriteria Skala Likert.....	45
Tabel 3.3 Interpretasi Persentase.....	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2 Usia Responden.....	49
Tabel 4.3 Jumlah Pembelian	49
Tabel 4.4 Jenis Produk Busana Pokok yang Pernah Dibeli	50
Tabel 4.5 Harga Produk Busana Pokok yang Pernah Dibeli.....	50
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.7 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Ketahanan (Durability)	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Daya Tahan (Durability).....	53
Tabel 4.9 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Kinerja (Performance)	53
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Kinerja (Performance).....	54
Tabel 4.11 Hasil Indikator Kualitas Produk	55
Tabel 4.12 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Daya Tanggap (Responsiveness)	56
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Daya Tanggap (Responsiveness)	57
Tabel 4.14 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Empati (Emphaty).....	58
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Empati (Emphaty)	59
Tabel 4.16 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Jaminan (Assurance).....	60
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Jaminan (Assurance)	61
Tabel 4.18 Hasil Indikator Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.19 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Estetika (Aesthetic).....	62
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Estetika (Aesthetic)	63
Tabel 4.21 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Nilai Ekspresi Diri	64
Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Nilai Ekspresi Diri.....	65
Tabel 4.23 Hasil Indikator Emosional.....	65

Tabel 4.24 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	66
Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	67
Tabel 4.26 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Daya Saing Harga	68
Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Daya Saing Harga	69
Tabel 4.28 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	69
Tabel 4.29 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	70
Tabel 4.30 Hasil Indikator Harga	71
Tabel 4.31 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Pemesanan Produk	72
Tabel 4.32 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Pemesanan Produk	73
Tabel 4.33 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Pengiriman Produk	74
Tabel 4.34 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Pengiriman Produk	75
Tabel 4.35 Jumlah Item dan Skor Sub-Indikator Pengembalian Produk	75
Tabel 4.36 Distribusi Frekuensi Sub-Indikator Pengembalian Produk	76
Tabel 4.37 Hasil Indikator Kemudahan Mendapatkan Produk	77
Tabel 4.38 Jumlah Persentase Per Indikator	78

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 ‘Komunitas Murah-Murah’ pertama kali dibuat	4
Gambar 1.2 Kelonjakan jumlah pengikut 'Komunitas Murah-Murah'.....	5
Gambar 1.3 Perkembangan Jumlah Pengikut 'Komunitas Murah-Murah'.....	5
Gambar 1.4 Hasil pencarian produk yang banyak dicari di ‘Komunitas Murah-Murah’	6
Gambar 1.5 Perbandingan interaksi unggahan penjual di luar dan di dalam ‘Komunitas Murah-Murah’	10
Gambar 1.6 Perbandingan interaksi pada unggahan konsumen di luar dan di dalam ‘Komunitas Murah-Murah’	11
Gambar 1.7 Unggahan Penjual di 'Komunitas Murah-Murah'.....	12
Gambar 1.8 Keluhan Konsumen 'Komunitas Murah-Murah'	13
Gambar 3.1 Cara mencari dan menentukan responden.....	40
Gambar 4.1 Grafik Data Kualitas Produk.....	56
Gambar 4.2 Grafik Data Kualitas Pelayanan	62
Gambar 4.3 Grafik Data Indikator Emosional	66
Gambar 4.4 Grafik Data Indikator Harga	71
Gambar 4.5 Grafik Data Indikator Kemudahan Mendapatkan Produk.....	77
Gambar 4.6 Perbandingan Persentase Indikator Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Busana di 'Komunitas Murah-Murah'	79

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Dosen Uji Validitas 1	87
Lampiran 2. Surat Permohonan Dosen Uji Validitas 2	88
Lampiran 3. Surat Pernyataan Dosen Uji Validitas 1	89
Lampiran 4. Surat Pernyataan Dosen Uji Validitas 2.....	90
Lampiran 5. Instrumen Penelitian Kepuasan Konsumen.....	91
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Korelasi Pearson (Product Moment).....	94
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 8. Data Umum Responden.....	99
Lampiran 9. Hasil Tabel Distribusi Frekuensi	100
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	106



Intelligentia - Dignitas