

**PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT & VISUAL
BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND H&M DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

BILQIS SYLVIA DEVI
NIM : 1121900011

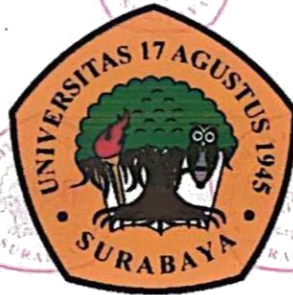
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT & VISUAL
BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND H&M DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



BILOIS SYLVIA DEVI

NIM.1121900011

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

2023


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bilqis Sylvia Devi
NIM : 1121900011
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand H&M* di Surabaya

Surabaya, 23 Juni 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 23 Juni 2023.

DEWAN PENGUJI:

1. **Dra. Ayun Maduwinarti, MP**
Ketua
2. **Drs. Agung Pujianto, MM**
Anggota
3. **Drs. Ute Ch. Nasution, MS**
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0130

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bilqis Sylvia Devi
NBI/NPM : 1121900011
Prodi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan pembelian *Brand H&M* di Surabaya

Menyatakan:

Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.

1. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
2. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 23 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,



Bilqis Sylvia Devi



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 0315931800 (Ext. 311)
email: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bilqis Sylvia Devi
NBI : 1121900011
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* Terhadap Keputusan pembelian *Brand H&M* di Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 23 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Bilqis Sylvia Devi)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, khususnya mama saya Luluk Imawati yang selalu mensupport saya di segala kondisi dan senantiasa mendoakan saya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada saudara saya Fabian Farel Syahputra, yang selalu membantu dan menemani saya di segala kondisi.

Skripsi ini saya persembahkan kepada Jefry Oktavianus Budianto yang telah menjadi *Support System* saya dan berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini dengan meluangkan baik tenaga, pikiran, serta motivasi kepada saya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada rekan-rekan seperjuangan saya terutama sahabat-sahabat saya Via Mauliddyna Alshinta, Vio Mauliddyna Alshinta, Nidya Gita Fatmatari, Sania Octa yang berkontribusi, mensupport, membantu dan menemani saya di segala kondisi dan Pasukan Anu serta rekan-rekan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu saya menyelesaikan urusan perkuliahan selama 4 tahun ini dan menjadi bagian dari proses pengerjaan skripsi ini. Sukses selalu dan *See You On Top Guys*.

Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat-sahabat saya Fira Suci Kusuma Wardhani, Citra Ayu Wijaya, Anggun Dwi Avianti, Anisa Rahmadani, Alm. Anindya Shavira yang berkontribusi, mensupport, membantu dan menemani saya di segala kondisi. Dan terspesial dipersembahkan kepada diri saya sendiri, karena telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Salah satu alasan perubahan kemajuan dalam perkembangan *fashion* juga karena masyarakat semakin sadar betapa pentingnya *fashion*. Karena lebih mudah bagi orang untuk belajar tentang tren baru, mereka mengubah cara berpakaian mereka. Keterlibatan *fashion* dalam gaya hidup dan perilaku masyarakat dipicu oleh tingginya tingkat *fashion involvement*. Seseorang dengan tingkat *fashion involvement* yang tinggi akan menganggap dirinya sebagai orang yang menjalani gaya hidup modern dan harus sadar akan keterlibatan *fashion* atau penciptaan produk *fashion*. Keterlibatan seseorang dengan *fashion* (aksesori) karena kebutuhan, nilai, dan minat seseorang terhadap produk tersebut disebut keterlibatan *fashion* (*Fashion Involvement*). Tidak hanya dari *Fashion Involvement* namun kesadaran akan *fashion* bisa dilihat dari *Visual Branding* yang merupakan citra dan informasi grafis yang mengekspresikan identitas dari brand dan apa yang membedakannya dari yang lain. Sederhananya, *visual branding* adalah segala sesuatu yang dapat dilihat oleh audiens secara fisik baik itu logo hingga *packaging* produk dari suatu *brand*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana pengaruh dari *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M di Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian e-kursioner dengan menggunakan *google form* kepada 100 responden sebagai instrument penelitian Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan dari *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M di Surabaya.

Kata Kunci: *Fashion Involvement* dan *Visual Branding* terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

One of the reasons for changes in progress in the development of fashion is also because people are increasingly aware of how important fashion is. Since it is easier for people to learn about new trends, they are changing the way they dress. Fashion involvement in people's lifestyles and behavior is triggered by the high level of fashion involvement. Someone with a high level of fashion involvement will think of himself as someone who lives a modern lifestyle and must be aware of being involved in fashion or creating fashion products. One's involvement with fashion (accessories) because of one's needs, values, and interest in the product is called fashion involvement (Fashion Involvement). Not only from Fashion Involvement, but awareness of fashion can be seen from Visual Branding, which is a graphic image and information that expresses the identity of a brand and what differentiates it from the others. Simply put, visual branding is everything that can be physically seen by the audience, be it logos to product packaging from a brand. This study aims to find out and analyze how the influence of Fashion Involvement and Visual Branding on Purchasing Decisions for H&M Brands in Surabaya. In this study, the researcher distributed e-cursions using a Google form to 100 respondents as a research instrument. The method used in this study was a quantitative method. The results of this study conclude that there is a positive and significant influence both partially and simultaneously from Fashion Involvement and Visual Branding on Purchasing Decisions of H&M Brands in Surabaya.

Keywords: Fashion Involvement and Visual Branding on Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi. Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan yang terdapat dalam Tugas Akhir Skripsi ini baik berupa cara penulisan, maupun tata bahasanya. Selama berlangsungnya kegiatan dan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini penulis mendapat berbagai bimbingan, petunjuk, pengarahan maupun kritik dan saran, juga fasilitas yang sangat membantu saya hingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini. Saya selaku penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada Penulis hingga terselesaikannya laporan ini.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada Penulis hingga terselesaikannya laporan ini.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh staf Tata Usaha yang telah memberi ilmu dan membantu mengurus administrasi kepada penulis sejak awal kuliah.
7. *Brand H&M* di Surabaya sebagai tempat penelitian
8. Kedua Orangtua serta seluruh Keluarga tercinta, yang telah mendukung dan mendoakan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama untuk kedua orang tua saya.
9. Teman-teman seperjuangan yang saling memberikan semangat,
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 23 Juni 2023,

(Bilqis Sylvia Devi)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Pembahasan.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Marketing Mix.....	10
2.2.2 <i>Fashion Involvement</i>	15
2.2.3 <i>Visual Branding</i>	18
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Definisi Konsep.....	23
2.3.1 <i>Fashion Involvement (X₁)</i>	23
2.3.2 <i>Visual Branding (X₂)</i>	24
2.3.3 Keputusan Pembelian (Y).....	24
2.4 Definisi Operasional.....	24
2.4.1 <i>Fashion Involvement (X₁)</i>	24
2.4.2 <i>Visual Branding (X₂)</i>	24
2.4.3 Keputusan Pembelian (Y).....	24

2.5	Pola Hubungan Antar Variable.....	24
2.5.1	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.5.2	Pengaruh <i>Visual Branding</i> dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.6	Kerangka Pikir.....	25
2.7	Hipotesis (untuk penelitian kuantitatif).....	26
BAB III.....		27
METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sample.....	27
3.2.1	Populasi.....	27
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	28
3.3.1	Skala Pengukuran.....	28
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	28
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.4.1	Jenis Data.....	29
3.4.2	Sumber Data.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV.....		36
PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....		36
1.1	Penyajian Data.....	36
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.1.2	Deskriptif Responden.....	38
4.1.3	Uji Instrumen.....	40
4.1.4	Tabulasi Data.....	42
4.2	Analisis Data.....	52
4.2.1	Analisis Rata-rata Distribusi Pernyataan Responden.....	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.2.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.2.5	Koefisien Korelasi (r).....	62
4.3	Pembahasan.....	62
4.3.1	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M.....	62
4.3.2	Pengaruh <i>Visual Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M.....	63
4.3.3	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> dan <i>Visual Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M.....	63
5.1	Kesimpulan.....	64

5.2	Rekomendasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Departement Store H&M.....	2
Gambar 4.1	Store H&M di Surabaya.....	36
Gambar 4.2	Produk Brand H&M.....	37
Gambar 4.3	Grafik Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.4	Grafik Uji Heterokedastisitas.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase 10 Brand Fashion Populer di Indonesia Tahun 2022.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.4	Skala Likert.....	30
Tabel 4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Fashion Involvement.....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Visual Branding.....	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Table 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.8	Interval Rata-Rata Skor.....	42
Tabel 4.9	Tabulasi Data Variabel Fashion Involvement (X1).....	42
Tabel 4.10	Tabulasi Data Variabel <i>Visual Branding</i> (X2).....	46
Tabel 4.11	Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X1).....	52
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel <i>Visual Branding</i> (X2).....	53
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Linieritas Antara Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X1) Dengan Keputusan	

Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Antara Variabel <i>Visual Branding</i> (X2) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis (Uji-t).....	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
<u>Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....</u>	<u>61</u>
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Pengumpulan Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Pada SPSS	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Hasil Turnitin	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian	Error! Bookmark not defined.

