

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :

ABSTRAK

SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : AJENG SHELTYA
NIM : 040710907
TAHUN PENYUSUNAN : 2014

JUDUL :

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tindakan Beralasan (*Reasoned Action*) Konsumen dalam Pemilihan Model Jilbab (Studi pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga).

ISI :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tindakan beralasan (*reasoned action*) konsumen dalam pemilihan model jilbab (studi pada mahasiswi program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga), dikarenakan makin beragamnya model jilbab yang telah dipakai oleh mahasiswi. Oleh karena itu sudah pasti terdapat faktor-faktor yang mendasari mahasiswi tersebut sebagai konsumen dalam melakukan suatu perilaku atau tindakan beralasan dalam pemilihan model jilbab yang akan mereka pakai.

Penelitian ini pendekatan kuantitatif dengan analisis faktor eksploratori. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Ekonomi Islam FEB Universitas Airlangga yang telah menggunakan jilbab. Jumlah sampel pada saat *pre eliminary test* dengan melakukan wawancara tertulis sebanyak 12 responden yang telah dibagi berdasarkan 4 model jilbab dengan masing-masing model diwakili 3 responden, begitupun dengan dan untuk *main test* juga dibagi berdasarkan 4 model jilbab dengan jumlah responden sebanyak 92 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan dari 18 faktor yang diperoleh melalui proses pengumpulan data yang kemudian diolah menggunakan teknik analisis faktor, terbentuk 5 faktor yang mempengaruhi tindakan beralasan (*reasoned action*) konsumen dalam pemilihan model jilbab (studi pada mahasiswi program studi Ekonomi Islam FEB Universitas airlangga) yaitu : Ingin menampilkan jati diri, Lingkungan Konsumen, Kenyamanan Berpakaian Konsumen, Pergaulan Konsumen, Kemudahan Berpakaian Konsumen.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Tindakan Beralasan, Jilbab, Konsumen

MINISTRY OF EDUCATION AND CULTURE
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS AIRLANGGA UNIVERSITY

STUDY PROGRAM : ISLAMIC ECONOMICS
REGISTRATION No. :

ABSTRACT
THESIS OF ISLAMIC ECONOMICS BACHELOR

NAME : AJENG SHELTYA
STUDENT ID : 040710907
YEAR : 2014

TITLE :

Factors Analysis Influencing Consumers' Reasoned Action on Selecting the Model of Their Headcovers (A Study on the Students of Islamic Economy Program, Faculty of Economics and Business, Airlangga University)

CONTENT :

This research aims at determining the factor that influences consumers' reasoned action on selecting the model of their headcovers (a study on the students of Islamic Economy Program, Faculty of Economics and Business, Airlangga University), it is merely because the model of headcovers worn by the female students are now vary. Therefore, there should be some factors that urges a female student as a consumer to do a reasoned action or reasoned behavior on selecting the model of headcovers they are going to use.

This research is a quantitative one by using factor explanatory analysis. The characteristic of the population is the students of Islamic Economy, FEB, Airlangga University which are wearing headcovers. There are 12 samples on the pre-eliminatory test, in which the samples are classified into 4 headcover models, each model has 3 respondents as representatives, so does with the main test which employs 4 headcover models with 92 respondents.

The result of this research shows that from 18 factors gained from the data collection which then processed by factor analysis. The researcher found that there are 5 factors that influenced reasoned action of the consumers on selecting their headcover models (a study on the students of Islamic Economy Program, Faculty of Economics and Business, Airlangga University), i.e. Want to Show Identity, consumers' environment, consumers' comfort in dressing up, consumers' society, and consumers' ease in dressing up.

Keywords: factor analysis, reasoned action, headcover, consumers.

وقرأه التربي قال ثقافة
كلية فيض اديّة والإبحر لاية جامعة بيرلاندا
 شعبة قسم الاقتصاد الإسلامي
 رؤيتس مجمل:

للمبحر
بحرث علمي خريج الاقتصاد الإسلامي

اسم أجينغ شلها
 رقم قايّد : 404014040
 سنة اعداد : 4410

لاموضوع:

تحليل العوامل المؤثرة على فعل مبرر للمستهلك في اختيار صورة الحجاب (الدراسة للطالبات في كلية الاقتصادية الإسلامية قسم الاقتصاد والأعمال بجامعة إرلانغا).

المحتويات:

تمهد هذا البحث على تعريف العوامل المؤثرة على فعل مبرر للمستهلك في اختيار صورة الحجاب (الدراسة للطالبات في كلية الاقتصادية الإسلامية قسم الاقتصاد والأعمال بجامعة إرلانغا). بسبب كثير من الطالبات يستعملن صورة الحجاب المتنوعة فلذلك، هناك العوامل المؤكدة للطالبات كالمستهلكة تأكيداً على فعل مبرر في اختيار صورة الحجاب تستعملها الطالبات.

تستخدم الباحثة في هذا البحث المنهج الكمي باستعمال تحليل العوامل الإستطلاعي. وخصائص المجتمع في هذا البحث هو الطالبات من كلية الاقتصاد الإسلامي بجامعة إرلانغا تستعملها الطالبات الحجاب. وعدد من العينات عند تمهيديّ بمقابلة هنّ اثنا عشرة مشتركة وقسم المشتركات على أربعة نماذج الحجاب. وفي كل نموذج يمثلها من ثلاث مشتركات، وكذلك في الإختبار الأساسي قسم أيضاً بأربعة نماذج الحجاب مع أنّ عدد المشتركات هنّ ثلاثة و تسعين مشتركة.

والنتائج من هذا البحث بأنّ هناك خمسة عوامل من ثمانية عشرة عاملاً المؤثرة على فعل مبرر للمستهلك. و تحصلت العوامل على جمع البيانات باستخدام طريقة تحليل العوامل في اختيار الحجاب (الدراسة للطالبات في كلية الاقتصادية الإسلامية قسم الاقتصاد والأعمال بجامعة إرلانغا). والعوامل هي الفكرة من نفسها وبيئة المستهلك وترفيهه المستهلك في ارتداء ومعاملة المستهلك وسهولة المستهلك في ارتداء

كلمات المرور: تحليل العوامل، و فعل مبرر ، الحجاب، المستهلك

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syiddah* () ditulis rangkap.

Contoh: ٥٦ ditulis *innahu*

3. *Tā'marbūtah* di akhir kata

3.1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

مكتبة ditulis *maktabah*

3.2. Bila dihidupkan ditulis t

Contoh : مكتبة جامع : مكتبة جامع ditulis *maktabatu 'l-jāmi'ah*

4. Vokal Panjang (*mad*)

Fathah (baris di atas) di tulis ā, *kasrah* (baris di bawah) di tulis ī, serta *dammah* (baris di depan) ditulis dengan ū. Misalnya; الناس ditulis *an-nās*, الرحيم ditulis *ar-rahīm*, المسلمون ditulis *al-muslimūn*.

5. Vokal pendek yang berurutan dipisahkan dengan tanda pisah (-)

سَيِّدِيْ قَادِرْ ditulis *syai-in qadīr*

6. Kata Sandang Alif+Lam

Bila Alif + lam diikuti oleh huruf-huruf qamariyah, yang terkumpul dalam kata بلغه ح ك و خ ف ه (alif, b, g, y, h, j, k, w, kh, f, ', q, m, t) ditulis *al*, misalnya ; المسلمون ditulis *al-muslimūn*. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah (huruf hijaiyah selain huruf qamariyah), huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرحمن ditulis *ar-rahmān*.

7. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat, misalnya :

Penghubung antar kata menggunakan tanda petik ('), sedangkan penghubung dalam satu kata menggunakan tanda pisah (-).

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ dibaca *bismi 'l-Lāhi 'r-rahmāni 'r-rahīm*

