

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al Insyirah 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertamaku Almarhum Bapak Rasikin, yang telah lebih dahulu berpulang di awal semester dua perjalanan studi saya. Terimakasih atas segala cinta, doa, dan perjuangan yang tak pernah terbalaskan. Meski raga tak lagi bersama, namun semangat dan kasih bapak selalu hidup dalam setiap langkah saya hingga sampai di titik ini.
2. Ibu tersayang Romiyah, yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa yang tak pernah putus, serta kasih sayang yang tiada batas. Terima kasih telah menjadi alasan saya untuk terus bertahan dan menyelesaikan semuanya.
3. Kedua kakak perempuan saya Yuli & Yeni, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat berbagi dalam setiap proses yang saya lalui.
4. Calon suami saya Alim Hartanto, yang senantiasa hadir dengan kesabaran, perhatian, serta dukungan yang menguatkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat saya (Kharisma, Rahayu, Kartika, Arwan) yang selalu ada dalam suka maupun duka, memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan yang berarti selama perjalanan ini.
6. Terakhir, untuk diri saya sendiri Lutfi Mailatul Masruroh, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga mampu bertahan dan terus

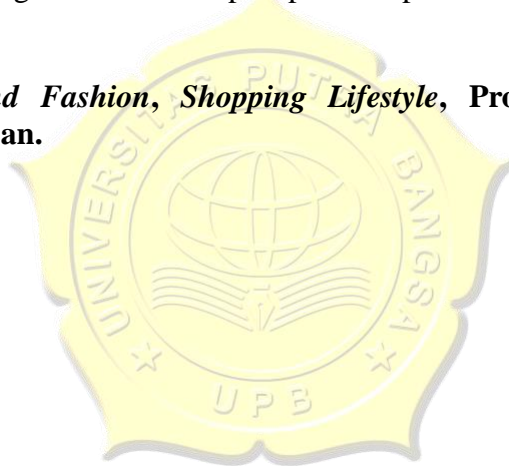
melangkah sejauh ini. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya hingga sekarang. Terima kasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini, meskipun jalannya terasa begitu berat. Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.



ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Trend Fashion*, *Shopping Lifestyle*, dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Customer* Cherry Store Kebumen). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Skala Likert kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan pada Cherry Store Kebumen. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trend fashion* signifikan terhadap keputusan pembelian. *Shopping lifestyle* juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, trend fashion, shopping lifestyle, dan promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cherry Store Kebumen.

Kata Kunci: *Trend Fashion*, *Shopping Lifestyle*, Promosi Media Sosial Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study was conducted to determine the influence of Fashion Trends, Shopping Lifestyle, and Social Media Promotion on Purchasing Decisions (Study on Cherry Store Kebumen Customers). This study uses a quantitative approach with a purposive sampling method. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires using a Likert Scale to 100 respondents who had made purchases and used Cherry Store Kebumen. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficients of determination with the help of SPSS software version 27. The results of the study indicate that fashion trends are significant to purchasing decisions. Shopping lifestyle also has a significant influence on purchasing decisions. Likewise, social media promotions have a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, fashion trends, shopping lifestyle, and social media promotions have a significant influence on purchasing decisions at Cherry Store Kebumen.

Keywords: *Fashion trends, shopping lifestyle, social media promotions, purchasing decisions.*



KATA PENGANTAR

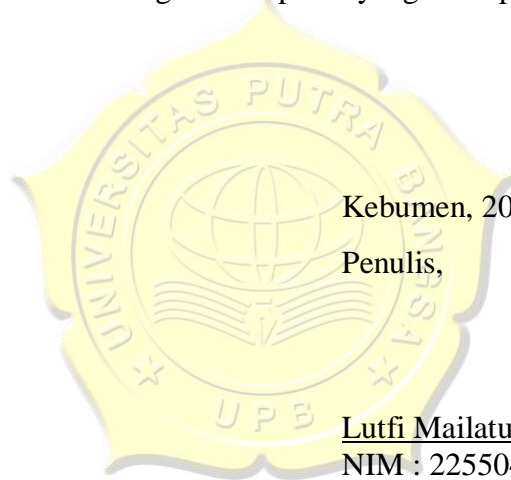
Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Tujuan penyusunan skripsi ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Cherry Store Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dengan realitas kehidupan nyata, khususnya pada bidang penelitian ilmiah tentang pemasaran. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan, untuk itu perlu adanya kritik dan saran yang membangun untuk memperbaikinya.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen
2. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua Almarhum Bapak Rasikin dan Ibunda Romiyah serta keluarga besar penulis atas doa dan dukungannya.

5. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
6. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 20 April 2026

Penulis,

Lutfi Mailatul Masruroh

NIM : 225504820

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Batasan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian	21
1.5. Manfaat Penelitian	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
2.1. Tinjauan Teori	24
2.1.1. Teori <i>Stimulus Organism Response (SOR)</i>	24

2.1.2. Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3. <i>Trend Fashion</i>	34
2.1.4. <i>Shopping Lifestyle</i>	37
2.1.5. Promosi Media Sosial	39
2.2. Penelitian Terdahulu	41
2.3. Hubungan Antar Variabel	45
2.4. Model Empiris	49
2.5. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	51
3.2. Variabel Penelitian.....	51
3.3. Definisi Operasional Variabel	53
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.5. Populasi dan Sampel.....	61
3.6. Data dan Teknik Pengumpulan Data	63
3.7. Teknik Analisis.....	66
3.8. Analisis Data	67
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
4.1. Analisis Deskriptif	75
4.2. Analisis Statistik	82
4.3. Pembahasan.....	99
BAB V SIMPULAN	103
5.1. Simpulan	103
5.2. Keterbatasan.....	104
5.3. Implikasi.....	105

5.3.1. Implikasi Praktis	105
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Pengunjung Toko Fashion di Kebumen	6
Tabel I- 2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Cherry Store Pada Wanita Gen-Z Kebumen.....	10
Tabel I- 3 Pendapatan Cherry Store 3 Bulan Terakhir	11
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel III- 1 Indikator Pada Distribusi Kuesioner	55
Tabel III- 2 Indikator Pada Distribusi Kuesioner	56
Tabel III- 3 Indikator Pada Distribusi Kuisoner.....	58
Tabel III- 4 Indikator Pada Distribusi Kuisoner.....	59
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	78
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	81
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trend Fashion</i>	83
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	84
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial	85
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	85
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel IV- 10 Hasil Uji Kolmogorov.....	88
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolineritas.....	89
Tabel IV- 12 Hasil Uji Glejser	90
Tabel IV- 13 Hasil Analisis Linear Berganda	91
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	94
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	97

Tabel IV- 16 Hasil Uji Determinasi (Uji R2)..... 98



DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakain Jadi di Indonesia (2015-2024).....	2
Gambar I- 2 Presentase Sektor Fashion Tertinggi Di Indonesia	4
Gambar II- 1 Model Empiris	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	117
Lampiran 2 Data Responden	123
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner	126
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	132
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	140
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	141
Lampiran 8 Tabel R	143
Lampiran 9 Tabel T	146
Lampiran 10 Tabel F	149
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skirpsi.....	152
Lampiran 12 Kartu Tanda Seminar Proposal.....	153

