

**PENGARUH *TREND FASHION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FAST FASHION PADA GENERASI Z
DI KOTA MADIUN**

SKRIPSI



**OLEH :
ADELYA AZZAHRA
2203102109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2026**

**PENGARUH *TREND FASHION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FAST FASHION* PADA GENERASI Z DI KOTA
MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu
persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1
Manajemen

**OLEH :
ADELYA AZZAHRA
2203102109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
JUNI 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Adeha Azzahra telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 3 Juli 2026

Pembimbing I,

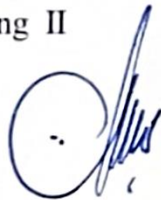


Dr. Dyah Santi Hariyani, S.E., M.Si

NIDN. 0709048104

Madiun, 3 Juli 2026

Pembimbing II



Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M.

NIDN. 0708108702

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Adelya Azzahra ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Jum'at, 10 Juli 2026.

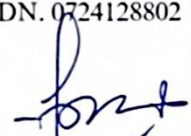
Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Diah Santi Hariyani, S.E., M.Si.
NIDN. 0709048104

Anggota


Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Hendra Setiawan, S. E., M.M.
NIDN. 0702089403

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
KaprodikSI Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adelya Azzahra
NIM : 2203102109
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 23 Juni



Adelya Azzahra

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyrah : 6-8)

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya."

(QS. An-Najm: 39)

“Segala Sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Trend Fashion, Perceived Value, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Marketplace di Kota Madiun”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, yang telah memberikan banyak kemudahan administratif maupun arahan akademik kepada penulis selama menempuh studi.
4. Ibu Dr. Diah Santi Hariyani, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, kritik, dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Budi Waluyo dan Ibu Lasmini, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis.
8. Orang terkasih, saudara, sahabat seperjuangan, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan berusaha semaksimal mungkin dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi hingga dapat menyelesaikannya dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Madiun, 23 Juni 2026



Adelya Azzahra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Pustaka	11
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Tempat dan Waktu Penelitian	47

B. Jadwal Penelitian	47
C. Desain Penelitian	48
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	49
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	55
G. Instrumen Penelitian.....	55
H. Teknik Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
B. Deskripsi Data	66
C. Hasil Analisis Data	82
D. Pembahasan.....	97
BAB V PENUTUP.....	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Implikasi dan Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Tabel Jadwal Penelitian	48
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Penelitian	53
Tabel 3. 3 Skala Likert	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	72
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	73
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	74
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Trend Fashion (X1)	76
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Perceived Value (X2)	77
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel E-WOM (X3)	78
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trend Fashion</i>	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i>	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	84
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Trend Fashion</i>	86
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perceived Value</i>	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	87
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4. 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4. 24 Hasil Uji T	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji F	95
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kedudukan Fashion Bagi Masyarakat Indonesia	1
Gambar 1. 2 Sensus BPS Generasi Z di Indonesia Tahun 2025	4
Gambar 1. 3 Perbandingan Pembelian Fast Fashion dan Slow fashion di Kota Madiun Pada Generasi Z	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner	130
Lampiran 1. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	136
Lampiran 1. 3 Hasil Uji Validitas	166
Lampiran 1. 4 Hasil Uji Reliabilitas	167
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Normalitas	168
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	168
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	169
Lampiran 1. 8 Hasil Uji T (Parsial).....	169
Lampiran 1. 9 Hasil Uji F (Simultan)	170
Lampiran 1. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	170
Lampiran 1. 11 Daftar Riwayat Hidup	171
Lampiran 1. 12 Validasi Sumber Pustaka Penulisan Skripsi	172