



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS TEKNIK

Program Studi : Teknik Lingkungan – Perencanaan Wilayah Kota
Teknik Industri – Teknik Elektro - PVKK
KAMPUS II: Jl. Dukuh Menanggal XII/4 ☎ (031) 8281181 Surabaya 60234
Website : www.ft.unipasby.ac.id E-mail : ft@unipasby.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Nama	: Viona Putri Purnamasari
Nim	:205700021
Program Studi	:PVKK Tata Busana
Pembimbing	:Sulistiami, S.Pd., M.Pd.
Periode Bimbingan	: Gasal/Genap*) Tahun 2023/2024
Judul Skripsi	PENGARUH FAST FASHION DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP GAYA BERPAKAIAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PVKK

KEGIATAN KONSULTSI / BIMBINGAN

No	Tanggal	Materi pembimbingan	Keterangan/paraf
1	9 Oktober 2023	Pengarahan Penulisan Skripsi	
2	15 Oktober 2023	ACC Judul	
3	27 Oktober 2023	Konsultasi Bab 1	
4	17 Oktober 2023	Revisi Bab 1	
5	24 November 2023	Konsultasi Bab 2	
6	11 Desember 2023	Revisi Bab 2	
7	14 Desember 2023	Konsultasi Bab 3	
8	15 Desember 2023	ACC Proposal	
9	10 Juli 2024	Konsultasi Bab 4	
10	12 Juli 2024	Revisi Bab 4	
11	17 Juli 2024	Konsultasi Bab 5	
12	18 Juli 2024	Revisi Bab 5 dan ACC	

Dinyatakan selesai :18 Juli 2024

Surabaya, 18 Juli 2024

Mengetahui, Ketua Prodi
Studi,

Pembimbing,

Mahasiswa,



Agus Ridwan Misbahuddin, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0723087303



Dr. Susilowati, M.Pd.
NIDN. 0722066601



Viona Putri Purnamasari
Nim. 205700021



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

FAKULTAS TEKNIK

Program Studi : Teknik Lingkungan – Perencanaan Wilayah Kota
Teknik Industri – Teknik Elektro - PVKK
KAMPUS II: Jl. Dukuh Menanggal XII/4 ☎ (031) 8281181 Surabaya 🌐
Website : www.ft.unipasby.ac.id E-mail : ft@unipasby.ac.id

FORM REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Viona Putri Purnamasari
NIM : 205700021
Fakultas / Progdil : Teknik/ PVKK- Tata Busana
Judul Skripsi : PENGARUH FAST FASHION DAN SOCIAL MEDIA
TERHADAP GAYA BERPAKAIAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PVKK
Ujian Tanggal : 23 Juli 2024

No Bab.	Tanggal	Materi Konsultasi	Keterangan Catatan	Tanda Tangan Penguji
I	7-8-2024	Abstrak		
II	8-8-2024	Kerangka Konseptual		
III	9-8-2024	Gambar		
IV				
V				

Disetujui Dosen Penguji
Pada Tanggal, 23 Juli 2024
Penguji I,

(Dr. Diana Evawati, M.Kes.)

Penguji II,

(Dr. Yunus Karyanto, M.Pd)

- Penyelesaian Revisi paling lambat 2 minggu dari pelaksanaan Ujian Skripsi.
 - Pengetikan, penjilidan, penandatanganan Skripsi dan mengumpulkan Skripsi paling lambat 2 minggu dari revisi.
- Apabila sampai batas waktu tersebut (point 1,a dan b) mahasiswa belum menyelesaikan revisi dan tanda tangan, maka **Ujian dinyatakan Gugur.**
- Foto copy Form Revisi diserahkan ke Program Studi.
 - Skripsi yang sudah direvisi diserahkan ke Fakultas tiga eksemplar untuk dijilid.

LAMPIRAN
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

LEMBAR VALIDASI KUESIONER

Judul Penelitian : Pengaruh Fast Fashion dan Social Media Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Program Studi PVKK.
 Peneliti : Viona Putri Purnamasari
 NIM : 205700021
 Dosen Pembimbing : Dr. Susilowati, M.Pd.
 Validator : Agus Ridwan Misbahuddin, S.Pd., M.Pd
 Hari/Tanggal :

A. Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Lingkari untuk jawaban pilihan saudara.

Nama	:	
Kelas	:	
Angkatan	:	
1. Apakah Anda menyukai dan mengikuti perkembangan tren fashion?		a. Ya b. Tidak
2. Apakah Anda pengguna aktif aplikasi pada sosial media?		a. Ya b. Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Bacalah dengan seksama pernyataan yang telah disediakan.
- Pilihlah salah satu jawaban yang telah tersedia dengan jujur dan apa adanya.
- Berilah tanda cek list (√) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban yang benar menurut Anda.
- Lakukan pengecekan ulang setelah selesai mengisi semua kuesioner. Agar tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

Kriteria Penilaian :

TP (Tidak Pernah)	KDSS (Kurang Dari Sekali Seminggu)	SSS (Sekitar Seminggu Sekali)	LDSDS (Lebih Dari Sekali Dalam Seminggu)	KH (Kebanyakan Hari)
1	2	3	4	5

No.	Pernyataan	TP	KDSS	SSS	LDS DS	KH
Fast Fashion (X1)						
(Quick Response (QR) Merupakan kecepatan manajemen supply pakaian, mulai dari analisis tren hingga pakaian tersebut siap dijual di toko.						
1.	Seberapa sering anda mengikuti mode tren mode fast fashion (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
2.	Seberapa sering anda membeli produk fast fashion (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
3.	Seberapa sering anda menggunakan produk dari fast fashion (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
(Enhanced Design) Berarti desain pakaian yang trendi.						
4.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion karna melihat dari segi kualitas karna dirasa tidak pasaran (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
5.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion karna tertarik dengan desainnya (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
6.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion karna merasa sesuai dengan ciri khas/style anda (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
(Price) Fast fashion menjual pakaiannya dengan harga yang terjangkau.						
7.	Seberapa sering anda membeli produk fast fashion saat ada diskon atau sale (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
8.	Seberapa sering anda cenderung mencari produk f a s t fashion dengan merek terkenal (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
9.	Seberapa sering anda membeli produk fast fashion dari koleksi yang baru saja dikeluarkan (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
10.	Seberapa sering anda membeli produk fast fashion dengan harga normal (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
Sosial Media (X2)						
(Context (Konteks) Konteks/pola pembentukan sebuah pesan/informasi.						
1.	Seberapa sering anda menemukan informasi seputar fashion terkini melalui sosial media (Instagram, tiktok, dll).					
2.	Seberapa sering anda cenderung mengikuti tren mode fashion idola anda melalui sosial media (Instagram, tiktok, dll).					
3.	Seberapa sering anda terpengaruh oleh konten pada social media tentang fashion (Instagram, tiktok, dll).					

(Communication (Komunikasi) Berkomunikasi dengan berbagi cerita/informasi yang dengan cara saling merespon.						
4.	Seberapa sering anda berbelanja produk fashion melalui toko online daripada toko offline (platform shopee, Lazada, website toko, dll).					
5.	Seberapa sering anda bermain sosial media apalagi untuk mengupdate informasi seputar fashion (Instagram, tiktok, dll).					
6.	Seberapa sering anda menggunakan sosial media untuk mengupdate informasi seputar keseharian anda terutama dalam berfashion (Instagram, tiktok, dll).					
(Collaboration (Kolaborasi/Kerjasama) Kerjasama antara pengguna sosial media untuk membuat percakapan jadi efektif dan efisien.						
7.	Seberapa sering anda mengikuti brand seputar fast fashion di sosial media (Instagram, tiktok, dll).					
8.	Seberapa sering anda memanfaatkan fitur pada Sosial media untuk saling terhubung dengan pengguna lain terutama dalam hal bertukar informasi seputar fashion (Instagram, tiktok, dll).					
(Connection (Koneksi/Hubungan) Pemeliharaan hubungan yang sudah terbina.						
9.	Seberapa sering anda menjadi langganan dari produk fast fashion melalui Sosial media (platform shopee, Lazada, website toko, dll).					
10.	Seberapa sering anda menjadi langganan dari produk fast fashion dengan merek yang sama (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
Gaya Berpakaian (Y)						
(Product involvement) Keterlibatan produk yaitu pandangan konsumen terhadap produk, berdasarkan kebutuhan dan nilai dan minat konsumen.						
1.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion dengan memperhatikan kebutuhan gaya fashion Casual (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
2.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion dengan memperhatikan kebutuhan gaya fashion Formal (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
3.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion dengan memperhatikan kebutuhan gaya fashion vintage (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
(Purchase decision involvement) Keterlibatan keputusan pembelian, yaitu konsumen cenderung mempertimbangkan segala hal dalam membeli produk.						
4.	Seberapa sering anda membeli produk fast fashion yang dipakai idola anda.					

5.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion dengan pertimbangan berdasarkan kebutuhan gaya fashion (casual, formal, vintage, dll).					
6.	Seberapa sering anda berbelanja produk fast fashion hanya karna sedang trendi dan bukan berdasarkan kebutuhan gaya fashion (casual, formal, vintage, dll).					
(Consumption involvement) Keterlibatan konsumsi yaitu konsumen cenderung membeli produk untuk memuaskan diri.						
7.	Seberapa sering anda cenderung mencari produk fashion terbaru branded (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					
8.	Seberapa sering anda memakai baju yang sama agar anda tetap terlihat trendi.					
(Advertising involvement) Keterlibatan periklanan yaitu pandangan konsumen terhadap iklan.						
9.	Seberapa sering anda cenderung berbelanja produk fashion yang ditawarkan melalui iklan (Instagram, tiktok, dll).					
10.	Seberapa sering anda cenderung berbelanja produk fast fashion karna terpengaruh brand kesayangan anda (merk zara, Uniqlo, h&m, dll).					

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden

FAST FASHION (X1)										
RES	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
RES 1	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3
RES 2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3
RES 3	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5
RES 4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3
RES 5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
RES 6	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
RES 7	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3
RES 8	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
RES 9	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
RES 10	3	4	5	3	4	5	4	4	5	5
RES 11	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
RES 12	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3
RES 13	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
RES 14	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
RES 15	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
RES 16	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
RES 17	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
RES 18	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
RES 19	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
RES 20	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
RES 21	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
RES 22	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
RES 23	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
RES 24	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5
RES 25	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
RES 26	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4
RES 27	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
RES 28	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
RES 29	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
RES 30	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
RES 31	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
RES 32	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
RES 33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
RES 34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
RES 35	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
RES 36	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
RES 37	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
RES 38	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
RES 39	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
RES 40	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
RES 41	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
RES 42	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
RES 43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
RES 44	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
RES 45	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
RES 46	4	4	3	4	5	5	3	5	3	5
RES 47	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
RES 48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
RES 49	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5

RES 50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

SOCIAL MEDIA (X2)										
RES	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
RES 1	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
RES 2	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
RES 3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
RES 4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
RES 5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
RES 6	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
RES 7	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
RES 8	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
RES 9	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4
RES 10	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
RES 11	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
RES 12	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
RES 13	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
RES 14	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
RES 15	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
RES 16	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
RES 17	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
RES 18	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
RES 19	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
RES 20	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
RES 21	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
RES 22	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
RES 23	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
RES 24	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
RES 25	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
RES 26	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
RES 27	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
RES 28	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
RES 29	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
RES 30	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
RES 31	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
RES 32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
RES 33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
RES 34	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
RES 35	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
RES 36	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
RES 37	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
RES 38	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
RES 39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
RES 40	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
RES 41	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
RES 42	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
RES 43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
RES 44	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
RES 45	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
RES 46	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
RES 47	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
RES 48	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4

RES 49	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
RES 50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

GAYA BERPAKAIAN (Y)										
RES	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
RES 1	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
RES 2	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
RES 3	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5
RES 4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
RES 5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
RES 6	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
RES 7	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
RES 8	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
RES 9	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
RES 10	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
RES 11	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
RES 12	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5
RES 13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
RES 14	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
RES 15	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
RES 16	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
RES 17	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
RES 18	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
RES 19	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
RES 20	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
RES 21	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
RES 22	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
RES 23	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
RES 24	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
RES 25	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
RES 26	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
RES 27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
RES 28	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
RES 29	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
RES 30	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
RES 31	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
RES 32	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
RES 33	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
RES 34	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
RES 35	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
RES 36	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
RES 37	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
RES 38	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
RES 39	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
RES 40	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
RES 41	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
RES 42	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
RES 43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
RES 44	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
RES 45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
RES 46	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
RES 47	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 3 Rekapitulasi Data

RES	X1	X2	Y	TOTAL
RES 1	42	47	50	134
RES 2	42	44	45	131
RES 3	46	45	43	134
RES 4	44	47	46	137
RES 5	44	47	42	133
RES 6	45	44	47	136
RES 7	44	46	44	134
RES 8	46	44	43	133
RES 9	46	42	46	134
RES 10	42	43	44	129
RES 11	46	47	48	141
RES 12	43	45	46	134
RES 13	46	45	49	140
RES 14	45	47	48	140
RES 15	47	47	46	140
RES 16	44	44	45	133
RES 17	45	46	45	136
RES 18	43	44	46	133
RES 19	45	46	45	136
RES 20	44	45	45	134
RES 21	44	46	44	134
RES 22	46	46	47	139
RES 23	44	46	46	136
RES 24	44	47	46	137
RES 25	47	45	47	139
RES 26	44	44	46	134
RES 27	41	42	43	126
RES 28	43	42	41	126
RES 29	48	47	48	143
RES 30	45	42	45	132
RES 31	46	43	45	134
RES 32	47	49	48	144
RES 33	48	43	47	138
RES 34	40	43	44	127
RES 35	43	44	44	131
RES 36	45	48	46	139
RES 37	44	43	44	131
RES 38	47	44	47	138
RES 39	39	42	42	123
RES 40	44	41	45	130
RES 41	41	46	47	137
RES 42	46	47	46	139
RES 43	50	50	49	149
RES 44	47	46	45	138
RES 45	43	42	40	125
RES 46	41	44	43	128
RES 47	46	43	43	132
RES 48	49	46	40	135
RES 49	44	44	44	132
RES 50	50	50	50	150