

**STUDI PENGALAMAN KONSUMEN PELAJAR SMA
TERHADAP IKLAN DAN RATING PRODUK
TERKAIT KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION
PADA ERA DIGITAL**

SKRIPSI

**OLEH
AFIFAH RAHMILIANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
TAHUN 2026 M / 1448 H**

**STUDI PENGALAMAN KONSUMEN PELAJAR SMA
TERHADAP IKLAN DAN RATING PRODUK
TERKAIT KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION
PADA ERA DIGITAL**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Ilmu Ekonomi Syariah

Oleh

Afifah Rahmiliani

190105010376

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2026 M / 1448 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Nama : Afifah Rahmiliani
NIM : 190105010376
Tempat/Tgl Lahir : Mantangai, 16 November 2000
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Studi Pengalaman Konsumen Pelajar SMA Terhadap Iklan dan Rating Produk Terkait Keputusan Pembelian Fashion Pada Era Digital” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Yang membuat
pernyataan,



Afifah Rahmiliani



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 311/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Afifah Rahmiliani
NIM : 190105010376
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : STUDI PENGALAMAN KONSUMEN PELAJAR SMA TERHADAP IKLAN DAN RATING PRODUK TERKAIT KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PADA ERA DIGITAL

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 19%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 10 Juni 2026
Ketua Jurusan



Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Studi Pengalaman Konsumen Pelajar SMA Terhadap Iklan dan Rating Produk Terkait Keputusan Pembelian Fashion Pada Era Digital

Ditulis oleh : Afifah Rahmiliani

NIM : 190105010376

Program : Strata Satu (S-1)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat/Tanggal Lahir : Mantangai, 16 November 2000

Alamat : Kos Yasmin Putri, Jl. A. Yani Km, 5,5 Komplek Banjar Indah Permai I

Setelah dileliti dan diadakan perbaikan seperlunya, dapat disetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Antasari Banjarmasin

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Antasari Banjarmasin



Muhammad Qamaruddin, S.E.I., M.E.

NIP. 198903132019031012

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and strokes, representing the signature of Dr. Ilham Akbar S.H., M. Kn.

Dr. Ilham Akbar S.H., M. Kn.

NIP. 198610202011011014

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Studi Pengalaman Konsumen Pelajar SMA Terhadap Iklan dan Rating Produk Terkait Keputusan Pembelian Fashion Pada Era Digital" ditulis oleh Afifah Rahmiliani, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 26 Juni 2026
Dinyatakan LULUS dengan Predikat : A

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si, M.Fin
NIP. 198903132019031012

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. H. Badrian, M. Ag	1.
2. Dr. Ilham Akbar, S.H., M.Kn.	2.
3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I	3.
4. Difi Dahliana, S.E	4.

ABSTRAK

Afifah Rahmiliani : 190105010376. *Studi Pengalaman Konsumen Pelajar SMA Terhadap Iklan dan Rating produk Terkait Keputusan Pembelian Fashion Pada Era Digital*. Pembimbing : Dr. Ilham Akbar S.H., M. Kn. pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. 2026

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Iklan, Rating, Keputusan Pembelian, Fashion, Era Digital

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media digital yang mempengaruhi perilaku pelajar SMA dalam melakukan pembelian produk fashion secara online. Munculnya iklan digital dan fitur rating produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman konsumen pelajar SMA terhadap iklan dan rating produk dalam keputusan pembelian fashion pada era digital.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah pelajar SMA yang aktif menggunakan media sosial dan pernah melakukan pembelian produk fashion secara online yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan digital dan rating produk berperan dalam membentuk pengalaman konsumen pelajar SMA terhadap keputusan pembelian fashion pada era digital. Rating produk menjadi pertimbangan utama sebelum melakukan pembelian karena dianggap dapat memberikan gambaran mengenai kualitas produk, sedangkan iklan melalui influencer dan videografi berperan sebagai faktor pendukung dalam menarik minat konsumen terhadap produk fashion.

MOTO

“ Selesaikan apa yang sudah dimulai, karena setiap usaha akan menemukan akhirnya ”

“ Bertahan sampai akhir kuat seperti teratai ”

Terima kasih kepada diri sendiri sudah bersedia untuk melawan rasa malasnya, meskipun mungkin kamu tertinggal setidaknya kamu mampu untuk menyelesaikannya dan tetap bertahan sampai akhir. Simpan keluhmu, sebab letihmu tidak sebanding dengan perjuangan ayahmu agar kamu menjadi sarjana. Ini bukan akhir tapi awal dari perjalanan selanjutnya

“perang telah usai”

(Afifah Rahmiliani)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebagaimana mestinya, meskipun banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada:

1. Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua saya ayah Junaidi.B yang sudah dengan sabar mendukung saya selama ini, membesarkan saya, mendoakan saya. Mamah saya Titie Binti Juriat mungkin kalau mamah masih ada mamah pasti senang dan bangga anaknya bisa berada di titik ini, mamah pasti akan menjadi orang yang selalu *excited* kalau anaknya pulang kampung dan akan *excited* kalau anaknya sudah kembali merantau lagi dengan mempersiapkan bekal kecil-kecilan untuk anaknya, namun semua belum pernah saya rasakan selama menjadi anak rantau. Serta saudara kandung saya yang telah membantu dan mendukung saya selama ini.
2. Kepada Dosen Pembimbing saya Bapak Dr. Ilham Akbar SH., M, Kn terimakasih banyak atas dukungannya dan bimbingannya yang sudah membantu saya dari awal sampai akhir penulisan skripsi ini.
3. Saya ucapkan terimakasih kepada orang-orang baik yang sudah membantu semasa penyusunan skripsi ini, baik tenaga maupun waktu. Salah satunya teman sekamar selama menjalani KKN kamar 01, sudah hadir dan memberi dukungan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْنِ رَفِ النَّبِيِّ إِيَّاهُ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan penulis merasa sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Studi Pengalaman Konsumen Pelajar SMA Terhadap Iklan Dan Rating Produk Terkait Keputusan Pembelian Fashion Pada Era Digital”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini terwujud berkat bantuan, arahan, bimbingan serta do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si, M.Fin selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E. selaku Ketua program studi Ekonomi Syariah dan Bapak Muhammad Syafi'i, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Dr. Ilham Akbar SH., M, Kn selaku dosen pembimbing yang telah banyak

memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta dorongan pada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah membekali penulis dengan ilmu yang bermanfaat
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
6. Saya ucapkan terimakasih kepada bapak dan ibu guru dari SMA Islam Ubudiyah Mantangai dan SMAN 1 Mantangai yang sudah menerima saya dengan tangan terbuka untuk melakukan penelitian di sekolah serta kepada responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.

Dengan mengharap ridho Allah SWT semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun, khususnya bagi penulis sendiri. Aamiin ya Robbal'alam

Banjarmasin, 16 Mei 2026

Penulis



Afifah Rahmiliani

PEDOMAN TRANSLATE ARAB-INDONESIA

Standar transliterasi yang digunakan adalah pedoman transliterasi yang berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	Te
ث	ṣā`	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	hā`	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	khā`	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	rā`	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā`	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fā`	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Wāwu	W	We

ه	hā`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	yā`	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

رَبَّنَا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
----------	---------	----------------

مكتَب ر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
---------	---------	-------------------

C. Tā'marbūtah

Apabila dimatikan ditulis h. Bila dimatikan ditulis h, kecuali u ntuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya.

Contoh:

هبة	Ditulis	<i>hibah</i>
-----	---------	--------------

Apabila ta'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

Contoh:

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmatul-auliā'</i>
----------------	---------	-------------------------

D. Vokal Pendek

ـ	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
ـَ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>Ā yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>Ī Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>Ū furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati بينكم	Ditulis	<i>au–Bainakum</i>
2	Fathah + wawumati قول	Ditulis	<i>au–Qaulun</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أنتم	Ditulis	<i>a' antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u' iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lam

Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

Apa Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Żawi al-furūd</i> atau <i>Żawilfurūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
MOTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Definisi Operasional	12
F. Kajian Pustaka.....	14
G. Sistematika Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI: PENGALAMAN KONSUMEN, IKLAN DIGITAL, RATING PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION	18
A. Konsep Pengalaman Konsumen.....	18
1. Definisi Pengalaman Konsumen	18
2. Dimensi Pengalaman Konsumen.....	19
B. Iklan	20
1. Pengertian Dan Faktor Yang Mempengaruhi Iklan.....	20
2. Jenis-Jenis Iklan.....	22
3. Teori Iklan Digital	24
C. Rating Produk.....	25
1. Pengertian Dan Fungsi Rating Produk	25
2. Indikator Rating Produk	28
D. Keputusan Pembelian.....	30
1. Teori Keputusan Pembelian.....	30
2. Pengambilan Keputusan Pembelian <i>Online</i> Dan <i>Offline</i>	32
3. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	33
E. Belanja Fashion Era Digital.....	34
1. Perkembangan Tren Fashion	34

2. Karakteristik Konsumen Era Digital	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Data dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	43
G. Tahapan Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil	47
B. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP.....	74
A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Digital dan Preferensi Belanja Informan	62
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet Indonesia	2
Gambar 1.2 Kategori Produk Teratas	5
Gambar 1.3 Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)	6