

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
TAHUN 2026

MUHAMMAD ZAMZAMI

**PERAN IKLAN TIKTOK DALAM MEMBENTUK
MINAT BELI MAHASISWA PADA *BRAND* BUSANA
PERSPEKTIF ETIKA PEMASARAN SYARIAH**

Jurnal Ilmiah



Editor:
Prof. Andang Sunarto, S.Si, M. Kom. Ph. D
Dr. Andi Harpepen, M. Kom

**PERAN IKLAN TIKTOK DALAM MEMBENTUK
MINAT BELI MAHASISWA PADA *BRAND* BUSANA
PERSPEKTIF ETIKA PEMASARAN SYARIAH**

JURNAL ILMIAH



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

**MUHAMMAD ZAMZAMI
NIM. 2111130040**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
2026 M/1448 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736) 51276-

51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfashengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul “Peran Iklan TikTok dalam Membentuk Minat Beli Mahasiswa Pada *Brand* Busana Perspektif Etika Pemasaran Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu)” yang disusun oleh:

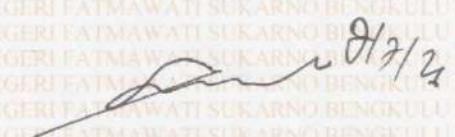
Nama : Muhammad Zamzami
NIM : 2111130040
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah
Jurnal : *Jurnal Sharia Economica*

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

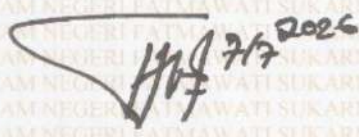
Bengkulu, 1 Juni 2026

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Andang Sunarto, S.Si, M.Kom. Ph.D

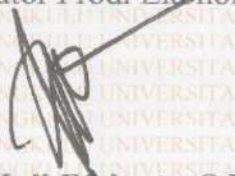
NIP. 197611242006041002


Dr. Andi Harpepen, M.Kom

NIP. 198412142023211012

Mengetahui

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah


Eng Juli Efrianto, S.E., M.E.

NIP. 199307052020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul “Peran Iklan TikTok dalam Membentuk Minat Beli Mahasiswa Pada *Brand* Busana Perspektif Etika Pemasaran Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu)” yang disusun oleh:

Nama : Muhammad Zamzami

NIM : 2111130040

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : KAMIS

Tanggal : 04 Juni 2026

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 09 Juni 2026 M

23 Zulhijah 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Nonie Afrianty, ME

NIP. 199304242018012002

Sekretaris

Dr. Andi Harpepen, M.Kom

NIP. 198412142023211012

Penguji 1

Dr. Nonie Afrianty, ME

NIP. 199304242018012002

Penguji 2

Miko Polindi, ME

NIP. 199105252020121006

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. Suwarjin, MA

NIP. 196904021999031004



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Tugas Akhir dengan judul “Peran Iklan TikTok dalam Membentuk Minat Beli Mahasiswa pada *Brand* Busana Perspektif Etika Pemasaran Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran serta rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan dari tim pembimbing.
3. Di dalam tugas akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2026 M

1448 H

Yang membuat pernyataan



Muhammad Zamzami

NIM. 2111130040

MOTTO

**“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum
sampai mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”**

(QS Ar-Ra’d (13):(11)

**“Hidup yang tidak di pertaruhkan tidak akan
pernah di menangkan”**

(Sutan Syahrir)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin tiada lembar yang paling indah dalam penulisan skripsi ini kecuali lembar persembahan.

Bismillahirrahmanirrohim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Yang paling utama dari segalanya, puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT. Atas segala limpahan rahmatnya, cinta dan kasih sayangnya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan sehingga dalam penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan. Sholawat serta salam selalu senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah kebenaran dan ilmu pengetahuan, yang menjadi inspirasi dan teladan utama dalam setiap langkah menuntut ilmu.
2. Kepada Bapakku Amrullah mentor terbaik dalam hidupku, terimakasih atas segala perjuangan dan pengorbanan dalam setiap langkahnya baik sebagai sosok kepala keluarga yang bertanggung jawab dalam menafkahi dan melindungi serta sebagai sosok bapak yang sangat lihai dalam menata masa depan anak-anaknya yang mendidik penulis serta memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya hingga mendapatkan gelarnya, terimakasih bak kadang kala Muhammad merasa ragu, takut, dan tidak berani untuk melangkah tapi dengan adanya bapak semua itu hilang, hiduplah lebih lama lagi untuk melihat ku bertumbuh dan membahagiakan bapak serta berguna untuk Keluarga, Agama dan Negara.
3. Kepada surgaku ibu Romima, terimakasih atas segala cinta dan kasih sayangnya yang selalu diberikan. Beliau adalah sosok tangguh yang bisa membuat yang rapuh menjadi bangkit, menjadi tempat ternyaman untuk kembali, yang sangat berperan dalam proses penyelesaian pendidikan penulis, beliau tak ada henti-hentinya memberikan dukungan dan do'a demi keberhasilan penulis dalam menghadapi sulitnya kehidupan dan menjadi anak yang berbakti pada orang tuanya. Terimakasih umak atas berkat dan rhidomu Muhammad bisa melangkah sejauh ini.
4. Kepada Saudariku Ayuk Ice Wana S.Pd.I., Gr. dan Liza Wati S.Pd.I beserta suaminya, terimakasih atas segala kebaikan, perhatian, bantuan moril dan non morilnya dan dukungan yang telah diberikan selama proses perkuliahan sampai selesai, yuk walaupun kita sering tidak sependapat dan tak jarang terjadi perdebatan kecil tetapi aku yakin itu semua tak lain untuk mendidik dan Pelajaran bagi ku. Semoga selalu rukun dan sukses agar bisa membahagiakan Keluarga besar kita.

5. Kepada mamang Suryadi, S.H dan Dr. Noni Witisma, M.Pd serta bak sok dan mak sok yang telah bersedia dan membantu penulis serta memberikan arahan, motivasi dan masukannya dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih juga atas segala bantuan moril dan non morilnya selama ini.
6. Kepada dosen pembimbing saya yaitu, Bapak Prof. Andang Sunarto, S.Si, M.Kom. Ph.D selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Andi Harpepen, M.Kom selaku pembimbing II , yang telah bersedia meluangkan waktu disela kesibukanya untuk mendidik dan membimbing penulis serta memberikan motivasi, masukan dan arahnya dalam penyusunan skripsi. Terimah kasih tak terhingga atas semua arahan dan bantuanya dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Terimakasih karena telah mengajar dengan tulus, memberikan motivasi , bimbingan dan memberikan berbagai ilmu pengetahuan selama ini.
8. Kepada teman-teman saya yaitu, *Ukm ki, Bapom*, kelompok 67 KKN Desa Cahaya Negeri dan *@Sqofe.b*, terimakasih atas kebersamaan selama diperkulihan, terimakasih juga atas semua hal baik yang diberikan kepada saya serta kalian adalah keluarga sementara yang kutemui yang amat sangat berharga dalam perjalanan memperbaiki diri ini. Pesan saya sih jalanin aja dulu apapun itu, Semoga kalian terus bertumbuh walaupun tidak mudah tapi saya yakin kalian bisa *see you on top guyss!!*
9. Kepada segenap keluarga besar penulis terimakasih karena selalu memberikan bantuannya serta do'a dan dukunganya.
10. Kepada teman-teman *eksya b* terkhusus bagi laki-lakinya yaitu, Raden, Rama, Rado, Rifai, Surya, Mashum, Sakti, Piter, serta barka lanjutkan perjuangan dan *see you on top bro*.
11. Kepada Almamaterku Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, terimakasih sudah menjadi tempat yang baik untuk menempaku semoga semakin maju, terus membantu serta bermanfaat bagi masyarakat banyak.

Tidak lupa juga yang tak kalah penting, teruntuk diri sendiri terimakasih sudah bertahan serta menyelesaikan studi ini dengan cukup baik.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya hingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun material selama

proses penulisan ini berlangsung. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

Skripsi ini merupakan wujud syukur sekaligus penghargaan tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Pencapaian ini bukan merupakan akhir dari sebuah perjalanan, melainkan awal dari langkah baru menuju cita-cita yang lebih besar. Semoga karya ini bermanfaat dan menjadi inspirasi bagi para pembacanya.



ABSTRAK

Peran Iklan TikTok Dalam Membentuk Minat Beli Mahasiswa Pada *Brand* Busana Perspektif Etika Pemasaran Syariah Ekonomi Syariah

Oleh Muhammad Zamzami, NIM. 2111130040

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran iklan TikTok dalam membentuk minat beli mahasiswa pada *brand* busana serta perspektif etika pemasaran syariah terhadap praktik iklan TikTok tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan *field research*. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* sebanyak 9 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang menggunakan TikTok dan pernah terpapar iklan *brand* busana. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan TikTok *brand* busana berperan nyata dalam membentuk minat beli mahasiswa melalui empat fungsi, yaitu, *informing* menyampaikan informasi produk busana secara jelas sehingga menarik perhatian, *influencing* mempengaruhi melalui daya tarik visual dan kreativitas konten, *reminding* menjaga ingatan mahasiswa terhadap merek dan produk, serta *adding value* mendorong tindakan nyata hingga pembelian. Dari perspektif etika pemasaran syariah, keadilan *Al-'Adl* telah terpenuhi dengan baik, namun kejujuran *Shiddiq* dan tanggung jawab *Amanah* belum terpenuhi secara optimal, yang ditandai dengan kecenderungan penjual hanya menyampaikan kelebihan produk, ketidaksesuaian antara tampilan iklan dengan produk yang diterima, serta ketidaktepatan waktu pengiriman. Penelitian ini menyimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara praktik iklan TikTok *brand* busana dengan nilai-nilai etika Islam yang perlu diperbaiki.

Kata Kunci: Iklan TikTok, Minat Beli, Brand Busana, Etika Pemasaran Syariah, Mahasiswa FEBI UINFAS Bengkulu.

ABSTRACT

The Role of TikTok Ads in Shaping Students' Purchase Interest in Fashion Brands from the Perspective of Sharia Marketing Ethics

Sharia Economics

By Muhammad Zamzami, Student ID 2111130040

This study aims to examine the role of TikTok advertisements in shaping students' buying interest in fashion brands and the perspective of Sharia marketing ethics on these TikTok advertisement practices. This study uses a qualitative approach with the type of field research. Informants were selected using purposive sampling technique, totaling 9 active students from the Faculty of Islamic Economics and Business at UINFAS Bengkulu who use TikTok and have been exposed to fashion brand advertisements. Data collection was conducted through interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that TikTok advertisements for fashion brands play a real role in shaping students' buying interest through four functions, namely informing, by clearly conveying fashion product information to attract attention; influencing, by affecting through visual appeal and content creativity; reminding, by maintaining students' memory of the brand and product; and adding value, by encouraging concrete actions up to purchase. From the perspective of In sharia marketing ethics, the justice of Al-'Adl has been well fulfilled; however, the honesty of Shiddiq and the responsibility of Amanah have not been optimally fulfilled, as indicated by the tendency of sellers to only convey the advantages of the product, the inconsistency between the advertisement appearance and the product received, as well as untimely delivery. This study concludes that there is still a gap between TikTok advertising practices by fashion brands and Islamic ethical values that need to be improved.

Keywords: *TikTok advertisements, purchase intention, fashion brands, sharia marketing ethics, FEBI UIINFAS Bengkulu students.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan nikmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Peran Iklan TikTok dalam Membentuk Minat Beli Mahasiswa pada *Brand* Busana Perspektif Etika Pemasaran Syariah". Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah berdedikasi menyampaikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup umat manusia di dunia maupun di akhirat

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Khairudin, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Bapak Prof. Dr Suwarjin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Bapak Eeng Juli Efrianto, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Bapak Prof. Andang Sunarto, S.Si, M.Kom. Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bantuan, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Bapak Dr. Andi Harpepen, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua ku Bapak Amrullah dan Ibu Romima yang selalu hadir di setiap langkahku, memenuhi segala kebutuhan dalam perkuliahan sampai penulisan tugas akhir ini serta iringan do'a, dukungan dan cinta kasih sayangnya sampai saat ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan ini penulis sangat menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi.

Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kebaikan Penulis ke depannya nanti.

Bengkulu, Juli 2026 M
1448 H

Penulis

Muhammad Zamzami
NIM. 2111130040

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu	7
G. Metode Penelitian	12
1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	12
2. Waktu dan Tempat Penelitian	12
3. Informan Penelitian.....	13
4. Sumber Data	15
5. Teknik Pengumpulan Data	15
6. Teknik Analisis Data.....	16
H. Sistematika Penulisan	19
BAB II KAJIAN TEORI	21
A. Produk	21
1. Pengertian Produk.....	21
2. Jenis Jenis Produk.....	21
3. Karakteristik Produk Busana (<i>Fashion Product Characteristics</i>)	22
B. Iklan	23
1. Defenisi Iklan	23
2. Jenis-Jenis Iklan.....	24
3. Tujuan dan Fungsi Iklan.....	24

C. Peran Iklan Tiktok	27
1. Pengertian Peran Iklan Tiktok	27
2. Indikator Peran Iklan Tiktok	28
D. TikTok	32
1. PengertianTiktok.....	32
2. Fitur-Fitur Tiktok.....	32
3. Cara <i>FYP</i> di Tiktok.....	34
E. Minat Beli.....	35
1. Pengertian Minat Beli	35
2. Indikator Minat Beli.....	35
3. Hubungan Iklan Tiktok Dengan Minat Beli.....	37
F. Etika Pemasaran Syariah.....	38
1. Pengertian Etika Pemasaran Syariah	38
2. Prinsip-Prinsip Etika Pemasaran Ekonomi Syariah.....	39
3. Etika Pemasaran Syariah Dalam Iklan.....	41
G. Kerangka Konseptual.....	41
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	43
A. Sejarah dan Profil UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.....	43
B. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	44
a. Visi.....	44
b. Misi	44
c. Tujuan	44
C. Letak Geografis	45
D. Gambaran Umum Tentang Mahasiswa Dan Iklan Tiktok Pada <i>Brand</i> Busana	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian.....	47
B. Pembahasan Penelitian.....	51
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Narasumber Penelitian	14
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian	42
---	----

