



**PENGARUH *TREND FASHION* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA
MUSLIMAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

ASRANI PANGGABEAN

NIM. 19 402 00159

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PENGARUH *TREND FASHION* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA
MUSLIMAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

ASRANI PANGGABEAN

NIM. 19 402 00159

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH *TREND FASHION* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA
MUSLIMAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**ASRANI PANGGABEAN
NIM. 19 402 00159**

PEMBIMBING I

**Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP.198006052011011003**

PEMBIMBING II

**Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ASRANI PANGGABEAN**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 13 Juli 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Asrani Panggabean** yang berjudul "**Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP.198006052011011003

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ASRANI PANGGABEAN

NIM : 19 402 00159

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH *TREND FASHION* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 17 Juli 2023

Saya yang Menyatakan,



Asrani Panggabean
ASRANI PANGGABEAN
NIM. 19 402 00159

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ASRANI PANGGABEAN

NIM : 19 402 00159

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul berjudul **“Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 17 Juli 2023

Yang menyatakan,




ASRANI PANGGABEAN
NIM. 19 402 00159



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Asrani Panggabean
NIM : 19 402 00159
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

Ketua

Nofinawati, M.A
NIDN.2016118202

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Anggota

Nofinawati, M.A
NIDN.2016118202

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

PelaksanaanSidang : Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/25 Juli 2023
Pukul : 14.00 WIB s.dSelesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 79,25 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap
Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan
Religiusitas Sebagai Variabel Moderating
NAMA : ASRANI PANGGABEAN
NIM : 19 402 00159

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 18 Agustus 2023



[Signature]
Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : ASRANI PANGGABEAN
NIM : 19 402 00159
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating**

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada, dimana semakin beragamnya *trend fashion* busana muslimah yang berkembang di Indonesia saat ini, seharusnya mampu meningkatkan keputusan pembelian busana muslimah yang sesuai dengan syaria'at berbusana dikalangan mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang memang pantas dan sesuai dengan ajaran agama Islam, karena memang sudah banyak referensi busana muslimah tersebut. Akan tetapi pengaplikasian dari pengetahuan agama yang dimiliki para mahasiswi belum optimal. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara *trend fashion* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara *trend fashion* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dengan religiusitas sebagai variabel moderating.

Penelitian ini berkaitan di bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian busana muslimah yang meliputi *trend fashion*, faktor-faktor yang mempengaruhi *trend fashion*, gaya hidup, faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup, serta religiusitas.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 66 responden yang diambil dari mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2019 UIN SYAHADA Padangsidempuan. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS versi 26. Teknik analisis data menggunakan, uji validitas dan reliabilitas, uji deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji *moderated regression analisis*, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis..

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *trend fashion* terhadap keputusan pembelian, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Dengan uji moderasi persamaan regresi model dua menyatakan bahwa religiusitas tidak memoderasi pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian. Variabel gaya hidup dengan uji moderasi persamaan regresi model tiga menyatakan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Religiusitas, Gaya Hidup, *Trend Fashion*

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Ibu Rini Hayati M.P Selaku sekretaris prodi Ekonomi Syariah, Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan.
4. Bapak Muhammad Isa, S.T.,M.M. selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
6. Teristimewa Saya haturkan kepada orang tua tercinta yaitu Bapak Maraden Panggabean dan Ibu Tiejen Siregar yang telah mendidik dan senantiasa berdoa

tiada henti untuk saya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material kepada peneliti sehingga bisa sampai pada tahap ini, semoga ALLAH SWT senantiasa melindungi keduanya dan melimpahkan rahmad dan karunia kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan tulus mereka dengan surga firdaus-Nya Aamiin.

7. Teruntuk kedua adik saya Isnani Putri Panggabean dan Extora Panggabean yang menjadi sumber semangat saya dan selalu memberikan dukungan serta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung peneliti dalam menjalani perkuliahan ini.
8. Teruntuk Sahabat yakni Nurul Siregar, Rizky Atika, Hikma Nazila, dan Siti Afriyani, yang selalu menyemangati dan turut berpartisipasi sekaligus membantu dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada teman sekelas yaitu keluarga ES 4 dan ES 6 yang sudah menemani peneliti selama kurang lebih 4 tahun terakhir ini dalam masa perkuliahan sampai sekarang memberikan dukungan semangat dan motivasi dalam mencapai gelar sarjana.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada

pada diri peneliti sehingga tidak menutupi kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, harapan penelitian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2023

ASRANI PANGGABEAN
NIM. 19 402 00159

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و—	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي..... ا.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
ي.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* matiyaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata ituterpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf *capital* tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN FEBI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Definisi Operasional Variabel.....	10
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II Landasan Teori	
A. Kerangka Teori.....	16
1. <i>Trend Fashion</i>	16
a. Pengertian <i>Trend</i>	16
b. Pengertian <i>Fashion</i>	16
c. Fungsi <i>Fashion</i>	17
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Trend Fashion</i>	17
e. <i>Fashion</i> dalam Islam	18
2. Gaya Hidup.....	19
a. Pengertian Gaya Hidup.....	19
b. Faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup	20
c. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam.....	21
3. Keputusan Pembelian	23
a. Pengertian Keputusan Pembelian	23
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
4. Religiusitas.....	25
a. Pengertian Religiusitas	25
b. Dimensi Religiusitas	25

c. Hubungan <i>Trend Fashion</i> dengan Religiusitas	27
d. Hubungan Gaya Hidup dengan Religiusitas.....	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis.....	32

BAB III Metode Penelitian

A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Statistik Deskriptif.....	40
2. Uji Normalitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Multikolinearitas.....	40
b. Uji Heteroskedastisitas	41
4. Uji Regresi Linear Berganda	42
5. Uji Hipotesis	43
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
b. Uji Parsial (Uji t)	44
c. Persamaan Regresi Model Dua (MRA).....	44
d. Persamaan Regresi Model Tiga (MRA)	45

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	46
1. Sejarah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	46
2. Visi dan Misi FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	47
B. Hasil Analisis Data.....	48
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
2. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	54
a. Hasil Uji Statistik Deskriptif	54
b. Hasil Uji Normalitas.....	55
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
5. Hasil Uji Hipotesis	59
a. Persamaan (MRA) <i>Trend Fashion</i> <i>Terhadap Keputusan Pembelian</i>	59
b. Persamaan (MRA) <i>Gaya Hidup</i> <i>Terhadap Keputusan Pembelian</i>	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65
D. Keterbatasan Penelitian	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Busana Muslimah.....	5
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel III.1 Penetapan skor Alternatif atas Jawaban Responden	36
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket Tentang <i>Trend Fashion</i>	36
Tabel III.3 Kisi-kisi Angket Tentang Gaya Hidup.....	36
Tabel III.4 Kisi-kisi Angket Tentang Religiusitas	37
Tabel III.5 Kisi-kisi Angket Tentang Keputusan Pembelian	37
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas <i>Trend Fashion</i>	49
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	49
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2) uji ke-2	50
Tabel IV.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian	51
Tabel IV.5 Uji Validitas Religiusitas	51
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas <i>Trend Fashion</i>	52
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas Gaya Hidup.....	52
Tabel IV.8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	53
Tabel IV.9 Uji Reliabilitas Religiusitas	53
Tabel IV.10 Uji Analisis Deskriptif	54
Tabel IV.11 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	55
Tabel IV.12 Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel IV.13 Uji Heterokedastisitas	57
Tabel IV.14 Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel IV.15 Uji T <i>Trend Fashion</i> Model Dua	59
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Dua.....	60
Tabel IV.17 Hasil Uji T Gaya Hidup Model Dua	61
Tabel IV.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Dua.....	62
Tabel IV.19 Hasil Uji Regresi <i>MRA</i> Model Tiga.....	62
Tabel IV.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Tiga	63
Tabel IV.21 Hasil Uji Regresi <i>MRA</i> Model Tiga.....	64
Tabel IV.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Tiga	65
Tabel IV.23 Hasil Uji Hipotesis H1	66
Tabel IV.24 Hasil Uji Hipotesis H2.....	67
Tabel IV.25 Hasil Uji Hipotesis H3.....	68
Tabel IV.26 Hasil Uji Hipotesis H4.....	69

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1	31
-------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Angket Lembar Kuisisioner
- Lampiran 3 : Lembar Kuisisioner
- Lampiran 4 : Hasil Uji Kuisisioner
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 12 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 13 : Hasil Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *fashion* muslimah di Indonesia saat ini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. *Trend fashion* busana muslimah di Indonesia berkembang secara cepat, hal ini didukung oleh potensi industri halal yang sangat besar karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam. Perkembangan busana muslimah saat ini memiliki dua sisi, yaitu sisi positif dan negatif. Sisi positifnya yaitu meningkatnya produksi dari industri halal di Indonesia. Sementara sisi negatifnya yaitu *trend fashion* busana muslimah semakin banyak yang tidak sesuai kaidah Islam.

Secara umum, setiap individu tentu ingin selalu memperbarui gaya berbusana mereka, keinginan tersebut mendorong terbentuknya sebuah *trend fashion* yang semakin beragam. Mayoritas penduduk yang beragama Islam di Indonesia yang memiliki syariat berbusana juga merupakan faktor pendorong pesatnya perkembangan *trend fashion* muslim semakin bervariasi. Pertimbangan *trend fashion* yang sedang berlangsung di kalangan masyarakat akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk.

Keputusan pembelian merupakan suatu pemahaman konsumen mengenai kebutuhan dan keinginan pada suatu produk dengan mencari informasi dan menilai dari segala sumber yang ada dan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga dalam pengambilan keputusan pembelian

berhadapan dengan beberapa alternatif pilihan, mengacu pada rasa suka sehingga melakukan pembelian terhadap suatu produk. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh perkembangan *trend* dangaya hidup.¹Karakteristik dari masing-masing konsumen secara signifikan mempengaruhi keputusan dan perilaku pembelian.Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, perkembangan mode *trend*, kualitas yang bagus, variatif, dan merek. Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain dari segi usia, pekerjaan, dan kepribadian.²Perilaku konsumen dapat berubah sepanjang waktu, karena bersifat dinamis.Keputusan pembelian seorang muslim hendaknya juga tidak berlebihan atau bukan hanya sekedar untuk kebutuhan sesaat saja, mereka harus melihat manfaat dari barang yang dibeli dan kegunaan dalam jangka panjang bukan hanya untuk memenuhi keinginan saja.

Secara umum, masyarakat membeli suatu produk yaitu dengan memperhatikan sesuatu yang sedang menjadi *trend*.*Trend* merupakan sesuatu yang sedang menjadi buah bibir masyarakat dalam jangka waktu tertentu.Sebelum melakukan keputusan pembelian produk pakaian, ada beberapa faktor yang dipertimbangkan salah satunya yaitu *trend fashion*.Pertimbangan *trend fashion* mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk fashion yang

¹Setiadi Nugroho J, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), hlm. 3.

²Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Jember: CV. PUSTAKA ABADI, 2020), hlm. 16.

diinginkan. Bagi masyarakat *trend* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk dan apabila produk yang dibeli sesuai dengan *trend* zaman sekarang akan menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen. Perkembangan *trend fashion* busana muslimah juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang membuat *trend fashion* busana muslimah dapat dengan mudah dilihat dan dibeli melalui *e-commerce*, *webstore*, dan media sosial.

Selain *trend fashion*, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* busana muslimah yaitu gaya hidup. Kehadiran busana muslimah sebagai *trend fashion* memberikan warna tersendiri dalam kajian *fashion*. Pada masa kini, busana muslimah lebih dari sekedar penutup aurat namun telah menjadi gaya hidup masyarakat.³Gaya hidup merupakan suatu bentuk prinsip yang digunakan untuk memahami tingkah laku seseorang.⁴Gaya hidup juga merupakan hasil penyesuaian diri dengan lingkungan sosialnya. Gaya hidup dapat merubah sikap seseorang dalam menyikapi tren yang ada. Penampilan fisik seseorang tentunya dipengaruhi oleh nilai-nilai yang terkandung pada dirinya, seperti nilai religius yang didalamnya mengandung nilai agama, kebiasaan, serta keyakinan. Seorang muslimah berbusana muslimah merupakan salah satu manifestasi ajaran Islam.

³ Surya Maya, *Simbolisme Islam di Ranah Publik*, (Banten: A-Empat, 2020), hlm.6.

⁴ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2004), hlm. 109.

Gaya hidup pada prinsipnya adalah tentang bagaimana seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki. Gaya hidup pada dasarnya mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup konsumen langsung dipengaruhi oleh pendidikan rumah tangga, pekerjaan, dan jenis produk maupun jasa untuk memainkan peran mereka dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Hal di atas juga terjadi pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, mereka memakai busana yang rapi ke kampus dan memakai jilbab yang sedang *trend* dan terkenal dalam menunjang penampilannya untuk menunjukkan gaya hidup mereka. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan merupakan universitas berbasis pendidikan Islam yang memiliki citra baik pada pandangan masyarakat, karena mahasiswanya dianggap memiliki pengetahuan agama yang bagus. Kode etik gaya berbusana juga diatur agar sesuai dengan busana muslim yang baik.

Berikut merupakan gambaran hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti dengan memberikan kuisioner melalui *google form* kepada 30 responden, yakni mahasiswi angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian busana muslimah, diperoleh data dalam bentuk tabel dengan tingkatan persentase sebagai berikut:

Tabel I.1
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian Busana Muslimah

Alasan Pembelian	Persentase(%)
Mengikuti <i>Trend Fashion</i>	60%
Gaya Hidup	26%
Faktor Agama	8%
Lainnya	6%
Total	100%

Sumber: Penelitian Pendahuluan

Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa faktor yang paling menentukan mahasiswi untuk melakukan keputusan pembelian busana muslimah adalah *trend fashion* yaitu sebanyak 60%, sedangkan gaya hidup 26%, faktor agama(religiusitas) 8%, faktor lainnya 6%. Terlihat jelas bahwa pengaruh faktor agama relatif kecil terhadap keputusan pembelian busana muslimah. Dapat disimpulkan peneliti bahwa responden tidak terlalu memperhatikan syariat berbusana. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara terhadap mahasiswi FEBI sebanyak 10 orang mengenai pembelian busana muslimah dengan hasil wawancara yaitu gamis syar'i yang longgar kurang sesuai dengan selera mahasiswi karena dianggap ribet untuk dipakai sehari-hari. Sementara celana kulot, *jeans*, dan rok tiga per empat dipadukan dengan kemeja dan hijab pashmina menjadi pilihan mayoritas dari responden karena dianggap sedang *trend*, dan

kelompok referensi (teman, keluarga) yang memiliki gaya hidup menyukai *trend fashion* masa kini menjadi dorongan mereka melakukan keputusan pembelian busana yang sedang *trend*.⁵

Pada kondisi dimana semakin beragamnya *trend fashion* busana muslimah yang berkembang di Indonesia saat ini, seharusnya mampu meningkatkan minat mahasiswi UIN SYAHADA Padangsidempuan untuk melakukan keputusan pembelian dengan memilih ragam busana yang memang pantas dan sesuai dengan ajaran Islam karena sudah banyak referensi busana muslimah tersebut. Para Mahasiswi yang kuliah di universitas Islam ini tentunya memiliki pengetahuan tentang bagaimana gaya berbusana yang seharusnya menurut syariat Islam. Akan tetapi, pengaplikasian dari pemahaman mereka terkait bagaimana seharusnya pembelian busana muslimah yang baik belum optimal.

Gaya hidup ditunjang oleh pendidikan, seharusnya pengetahuan agama yang dimiliki para mahasiswi dapat mendorong keputusan pembelian busana muslimah yang memenuhi ketentuan syariah. *Trend* busana muslimah bernuansa modern yang telah menjadi pilihan masyarakat menjadi penyebab dari fenomena tersebut. Hal ini cukup menjadi perhatian khususnya pada wanita muslimah dalam hal tata cara berpakaian agar tidak menyimpang dari konsep busana muslimah. Mahasiswi pada UIN SYAHADA Padangsidempuan merupakan orang-orang yang dinilai memiliki pengetahuan syariah yang baik oleh masyarakat, akan tetapi dari hasil

⁵Hasil wawancara dengan Mahasiswi UIN SYAHADA PadangSidempuan, Pada Tanggal 18 Desember 2022, Pukul 14.00 Wib.

wawancara, mereka lebih menyukai modifikasi dari busana muslimah yang bernuansa modern yang belum tentu sesuai dengan ketentuan syariah.

Perkembangan zaman dan teknologi yang sudah modern serta pergeseran gaya hidup, mengakibatkan perilaku konsumen mengalami perubahan dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar tetapi termasuk juga di kota Padangsidimpuan. Seperti fenomena yang terjadi pada mahasiswi UIN SYAHADA Padangsidimpuan adalah melakukan pembelian barang yang kurang dibutuhkan, dan kurang bermanfaat. Kecenderungan membeli pakaian ini hanya untuk mengikuti *trend* semata, mengambil foto untuk dipamerkan di sosial media dan mendapat pengakuan serta pujian dari orang lain lantaran barang tersebut sedang *trend*. Kebiasaan gaya hidup dari mahasiswi tersebut, merupakan pemicu keputusan pembelian busana muslimah meningkat karena untuk kesenangan dan kepuasan. Seharusnya mahasiswi yang melakukan keputusan pembelian dengan mengikuti *fashion* mampu memilah pengaplikasian tren tersebut kepada dirinya.

Tren tidak salah untuk diikuti selama itu tidak membawa dampak negatif pada pemakainya dan yang melihatnya, dalam hal ini dampak terhadap mode berbusana. Islam tidak membatasi pakaian tertentu untuk dipakai oleh umat Islam dan mengakui semua jenis pakaian selama masih memenuhi standar dan tujuan berpakaian dalam Islam, tanpa berlebihan dan melampaui batas. Batasan-batasan dan aturan bahwa berbusana muslimah itu harus menutup aurat, yaitu menutup seluruh bagian tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangan. Pakaian juga bukan

sebagai perhiasan, seorang muslimah dilarang memakai pakaian yang terlalu menghias dirinya. Busana muslimah juga tidak boleh membentuk lekukan tubuh serta tidak boleh menyerupai laki-laki.⁶

Muslimah yang memiliki religiusitas yang tinggi beranggapan bahwa mengikuti dan melakukan keputusan pembelian *trend fashion* non syariah itu telah melakukan pelanggaran agama. Untuk tidak melanggar agama, seorang muslimah akan berusaha menghindari tren modifikasi busana tersebut karena takut akan pelanggaran agama. Dengan sikap seorang muslimah yang religius tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian *trend fashion* yang sesuai dengan syariah. Muslimah yang memiliki religiusitas yang tinggi juga tidak akan mengikuti gaya hidup hedonis, yang mengutamakan kesenangan dan kepuasan tanpa batas, melainkan akan cenderung menerapkan gaya hidup sederhana yang mengutamakan kebutuhan dalam melakukan keputusan pembelian busana.

Berdasarkan uraian di atas, serta melihat beberapa penelitian terdahulu mengenai hal yang bersangkutan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”**.

⁶Liniliza, “Trend Berpakaian Masa kini,” Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam.” 1, no. 1 (2021): 1.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. *Trend fashion* busana muslimah sudah banyak dirusak dengan modifikasi *trend* masa kini.
2. Mahasiswi cenderung lebih tertarik pada gaya muslimah bernuansa modern.
3. Gaya busana muslimah yang dikenakan mahasiswa hanya berfokus mengikuti *trend* tanpa disesuaikan dengan syariat agama Islam.
4. Banyak mahasiswi yang melanggar kode etik berpakaian yang tidak sesuai dengan syariat Islam.
5. Adanya pertimbangan *trend fashion* dengan mengikuti gaya berpakaian yang salah oleh mahasiswi.
6. Banyak referensi busana muslimah yang sesuai syari'at tidak dipilih oleh mahasiswi.
7. Mahasiswi cenderung mengikuti gaya hidup remaja sekarang dengan mengikuti *style outfit of the day* dari kebanyakan remaja sekarang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti memandang perlu untuk melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksud agar penelitian lebih terfokus pada topik yang menjadi pokok permasalahan. Responden yang diteliti pada penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN SYAHADA

Padangsidimpuan. Masalah yang diteliti adalah pengaruh *trend fashion* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dengan religiusitas sebagai variabel moderating.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian busana muslimah?
2. Apakah ada pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian busana muslimah dimoderasi oleh religiusitas?
3. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah?
4. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dimoderasi oleh religiusitas?

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan, yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *trend fashion* dan gaya hidup yang dinyatakan dalam bentuk X1 dan X2.⁷ Sedangkan variabel

⁷Kuncoro Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Erlangga, 2013), hlm. 41.

moderating (Z) adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel moderating dalam penelitian ini adalah religiusitas.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran yang terdiri dari dua atau lebih pilihan alternatif. ⁸	1. Pengenalan masalah. 2. Pencarian Informasi. 3. Evaluasi alternatif. 4. Keputusan Pembelian. 5. Pasca Pembelian	Interval
2.	<i>Trend Fashion</i> (X1)	<i>Trend Fashion</i> adalah Salah satu unit gaya busana yang sedang populer dalam kurun waktu tertentu. ⁹	1. Gaya yang diterima 2. Mayoritas kelompok 3. Siklus waktu 4. Pemimpin opini	Interval

⁸Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, hlm. 331.

⁹Shandrina Alliza Nur, "Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup , dan *Brand Image* Terhadap Preferensi Fashion Hijab." 1, no. 2 (Desember 2021).

3.	Gaya hidup (X2)	Gaya hidup merupakan pola yang hidup yang dapat diungkapkan melalui aktivitas, minat, dan juga opini seseorang.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini 4. Keyakinan	Interval
5.	Religiusitas (Z)	Religiusitas merupakan media dalam mendapatkan keridhaan Allah SWT, bermakna sejuh mana seseorang memiliki keyakinan terhadap Allah. ¹⁰	1. Keyakinan 2. Pengetahuan agama 3. Praktik Agama 4. Pengalaman 5. Konsekuensi	Interval

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰Angga Wilandika, *Mahasiswa, Religiusitas, dan Efikasi Diri Perilaku Berisiko HIV Kajian dalam Sudut Pandang Muslim* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022), hlm. 11.

1. Untuk mengetahui apakah *trend fashion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslimah.
2. Untuk mengetahui apakah religiusitas memperkuat pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslimah.
4. Untuk mengetahui apakah religiusitas memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam mendapatkan gelar akademik Sarjana Ekonomi (SE) dibidang Ekonomi Syariah dan juga menambah wawasan keilmuan terkait pengaruh dari *Trend Fashion*, gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dengan religiusitas sebagai variabel moderating.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini dapat menambah literatur referensi bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang juga dapat digunakan sebagai bahan bacaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan penelitian ini.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat bagaimana tata cara dalam mengikuti *trend fashion* busana muslimah agar tidak salah arti dalam menggunakan produk *fashion* busana muslimah.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam membaca dan memahami isi dari skripsi ini, peneliti membuat sistematika pembahasan yang mampu memudahkan pembaca dalam memahami inti dari skripsi. Dalam sistematika pembahasan ini dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang didalamnya menjelaskan latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran yang terkait dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan masyarakat.

Bab II membahas tentang Landasan teori yang didalamnya meliputi kerangka teori yaitu penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian. Secara keseluruhan, yang dibahas dalam landasan teori yaitu tentang penjelasan mengenai variabel secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan yang mengenai variabel penelitian secara teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya.

Bab III tentang Metode penelitian yang didalamnya meliputi lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data. Seluruh sub bahasan dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, menentukan populasi dan sampel dan mengumpulkan data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Secara umum membahas tentang gambaran umum objek penelitian yang memaparkan bagaimana gambaran instansi secara umum berupa sejarah instansi, visi dan misi. Deskripsi hasil penelitian dan analisis data berupa tentang hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan, disertai dengan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang terdapat dalam penutup membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Kemudian saran adalah memuat pokok-pokok fikiran peneliti kepada pihak yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan bagi tindakan mereka.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Trend Fashion*

a. Pengertian *Trend*

Trend merupakan sesuatu yang sedang menjadi buah bibir masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks ini *trend* merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih produk busana muslimah. *Trend* adalah sesuatu yang sedang menjamur dan sedang disukai oleh banyak orang dari semua kalangan.¹¹ *Trend* yang dimaksud disini merupakan model berbusana oleh kalangan muslimah. *Trend* merupakan suatu aliran mode yang akan mengalami perubahan dalam kurun waktu singkat.

b. Pengertian *Fashion*

Fashion memiliki arti dalam bahasa latin yaitu *factio* yang berarti membuat atau melakukan yang mengacu pada kegiatan.¹² Busana yang telah diberi gaya atau yang lebih diketahui sebagai istilah *fashion* merupakan kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* dengan model desain yang digemari oleh banyak orang dalam suatu kurun waktu tertentu.¹³ *Fashion* merupakan perkembangan tren yang terus berubah mengikuti masa.

¹¹Okky Asokawati, *Stylist Smart & Soleha* (Jakarta: Dian Rakyat, 2008), hlm. 75.

¹²Yustika Irfani Lindawati, "Fashion Dan Gaya Hidup," *Jurnal Hermeneutika*, Vol. 5, no. 2 (November 2019).

¹³Maha, "Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam," *Jurnal QIEMA.*, 7, no. 2 (Agustus 2021).

c. Fungsi *Fashion*

Fashion sebagai sarana hidup bersosial memiliki dua fungsi yaitu sebagai berikut:¹⁴

1) Sebagai Media Komunikasi

Fashion dapat digunakan sebagai media komunikasi karena dapat mewakili perasaan, mengekspresikan diri. *Fashion* dapat menunjukkan siapa pemakainya. *Fashion* dapat berfungsi sebagai sarana kesopanan seseorang yang memakainya. *Fashion* juga dapat mewakili nilai status seseorang.

2) Sebagai Penolong

Fashion berfungsi sebagai penolong yang dapat menjadikan masyarakat bisa beradaptasi pada kehidupan modern yang kompleksitas. *Fashion* juga merupakan pelindung diri dan kehormatan.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Trend fashion*

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan dalam dunia *fashion* yakni sebagai berikut:¹⁵

1) Media Massa

Dampak pengaruh media massa yaitu masyarakat dengan mudah melihat *trend fashion* yang disajikan baik di media cetak maupun

¹⁴Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender* (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm. 100.

¹⁵Moh. Alim Zaman, *Kostum Barat dari Masa ke Masa* (Jakarta: PT. Carina Indah Utama, 2001), hlm. 18.

elektronik yang membuat masyarakat dengan mudah mengikuti perkembangan tersebut.

2) Media Internet

Segala sesuatu dapat diakses dengan internet tanpa terkecuali *trend fashion*. Masyarakat dengan mudah melihat perubahan dan tips-tips pemakaian tren busana melalui fitur atau *website* internet.

e. *Fashion* dalam Islam

Allah SWT dalam firmanNya menyampaikan cara berpakaian yang sesuai dengan syari'at Islam yaitu dalam Surah Al-A'raaf ayat 26:

يَبْنَى ءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورَى سَوَّءَاتِكُمْ وَرِبَشًا وَّلِبَاسُ
 التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ ءَايَتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat”.¹⁶

Menurut M. Quraish Shihab, “ayat tersebut menjelaskan bahwasanya setiap laki-laki maupun perempuan diwajibkan untuk menutup aurat mereka. Pesan dari ayat tersebut kepada manusia bahwa Allah telah menyiapkan bahan pakaian untuk menutupi aurat lahiriah serta bathiniah yakni bahan-

¹⁶Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2010), hlm. 153.

bahan pakaian indah untuk menghiasi diri dan digunakan dalam peristiwa-peristiwa istimewa.”¹⁷

Hikmah dari ayat diatas menerangkan bahwa Islam telah menegaskan wanita diharuskan untuk menutup auratnya. Oleh karena itu dalam Islam wanita muslimah dianjurkan untuk membeli produk *fashion* yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, seperti baju kurung yang lapang dan tidak memperlihatkan bentuk tubuh. Karena *fashion* busana muslim akan terus mengalami transformasi yang signifikan kedepannya.

2. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Sebagaimana seseorang hidup merupakan definisi dari gaya hidup, disini dimaksud bagaimana seseorang itu dalam menggunakan uang yang dimiliki, memanfaatkan waktunya, dan sebagainya. Pengertian gaya menyangkut tentang kepribadian seseorang dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Gaya hidup merupakan suatu pola hidup yang berisi pengekspresian diri melalui aktivitas, minat, dan opininya terhadap sesuatu yang diterapkan dalam hidup.¹⁸ Gaya hidup seorang individu dengan individu yang lainnya tidak akan sama dari masa ke masa

¹⁷M Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an* (Bandung: Mizam, 1996), hlm. 58.

¹⁸Susanto dan dkk, “Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle,” *Jurnal JIBEKA*, Vol 7, no. 2 (Agustus 2013): hlm. 1-6.

akan mengalami perubahan gaya. Namun, gaya hidup tidak akan cepat berubah sehingga dalam kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor internal dan eksternal.¹⁹

- 1) Faktor Internal berasal dari dalam diri seseorang yang terdiri dari:
 - a) Sikap, berkaitan keadaan jiwa yang membuat pola pikir konsumen ketika memberikan tanggapan terhadap suatu objek.
 - b) Pengalaman dan Pengamatan
 - c) Kepribadian, yaitu cara berperilaku yang membedakan seorang individu dengan yang lain.
 - d) Persepsi, yaitu bagaimana seseorang memandang sesuatu atas suatu pertimbangan.
- 2) Faktor Eksternal, berasal dari luar diri seseorang yang terdiri dari beberapa hal berikut:
 - a) Kelompok Referensi
Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi sebagai acuan bagaimana berperilaku dan bersikap.

¹⁹Sedarmayanti dan dkk, *Knowledge Management* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 273.

b) Keluarga

Gaya hidup dapat muncul dan tumbuh di lingkungan keluarga yang menjadi kebiasaan hidup seseorang.

c) Kelas Sosial

Gaya hidup dicerminkan oleh kelas sosial seseorang yang merupakan identitas diri.

d) Kebudayaan

Budaya berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup karena terdiri dari sekelompok pengetahuan, akhlak moral, hukum, serta kebiasaan yang melekat pada diri seseorang.²⁰

c. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Menurut perspektif ekonomi gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatnya, memilih produk atau jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam suatu kategori jenis produk yang ada.²¹ Gaya hidup konsumen merupakan gambaran perilaku seseorang bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Dalam Islam bagaimana seseorang hidup, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktu telah diatur dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandang, dan

²⁰Aliza Nur Shadrina dan dkk, "Pengaruh Trend Fashion. Gaya Hidup, dan *Brand Image* Terhadap Preferensi Hijab," *Journal Of Islamic Economics*, Vol. 1, no. no 2 (Juli 2021).

²¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: graham Ilmu, 2008), hlm. 73.

pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, konsumsi serta mengisi kesehariannya.

Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif, kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan Islam itu sendiri. Dari hal yang diuraikan tersebut, dapat dijelaskan bahwa prinsip perilaku konsumsi dalam Islam adalah barang-barang yang dikonsumsi harus halal dan suci dan tidak mengikuti hawa nafsu dan langkah-langkah setan pada setiap tindakan konsumsinya.²²

Gaya hidup dalam Islam lebih mengarah kepada efisiensi dan tidak melebihi kadar kebutuhan yang dibutuhkan oleh jasmani, Islam tidak membenarkan penganutnya melakukan perbuatan yang berlebih-lebihan dan hanya memikirkan kesenangan diri sendiri, bermewah-mewahan dengan menghamburkan hartanya secara boros, tanpa melihat hak orang disekitarnya yang lebih membutuhkan.²³

²² Andi Bahri S, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Studi Islamika*, Vol. 11, No.2 (2014), Hlm. 363-364.

²³ Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, hlm. 82.

3. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan pembelian adalah proses memilih lebih dari satu alternatif pilihan keputusan pembelian. Artinya ada beberapa pilihan yang tersedia dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.²⁴

Kotler Mengatakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses penyelesaian masalah yang terdiri dari analisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, pemberian nilai terhadap sumber-sumber seleksi, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.²⁵

Beberapa pengertian para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh konsumen dalam melakukan pembelian setelah memilih beberapa pilihan alternatif yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh 2 faktor berikut:²⁶

²⁴Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen, Zulkipli Kasip (ahli bahasa)*, Ketujuh (Jakarta: PT Indexs, 2004), hlm. 547.

²⁵Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Milenium 1 (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2005), hlm. 237.

²⁶Nana Triapnika, *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 6.

1. Faktor Internal

Faktor internal atau yang bersal dari dalam diri meliputi:

a) Kebutuhan dan Motivasi

Dalam hal ini kebutuhan dipruntukkan untuk aktualisasi diri misalnya mengikuti perkembangan *trend fashion*, kebutuhan rasa aman, dan nyaman.

b) Kepribadian, yaitu mencerminkan perbedaan individu. Keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh karakteristik beberapa konsumen itu sendiri. Dimulai dari karakter usia, pekerjaan, gaya hidup serta situasi ekonomi dan finansial.

c) Psikologi

Psikologi sangat berpengaruh pada keputusan pembelian suatu produk karena menyangkut motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap seseorang dalam melakukan pembelian produk yang dibutuhkan dan diinginkan.²⁷

Sedangkan Faktor eksternal dipengaruhi oleh beberapa hal berikut:

a) Keluarga, sangat mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk.

²⁷Sudarsono, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 16.

- b) Kelas Sosial, yaitu bagian masyarakat dengan kriteria tertentu yang dapat dilihat dari tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan penghasilan.
- c) Budaya, merupakan keyakinan, nilai-nilai perilaku, dan objek materi yang dianut. Dalam hal ini religiusitas seseorang.

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah ketetapan sikap hati atau batin. Makna religiusitas dapat dimengerti penangkapan atas kehadiran dan campur tangan Allah. Religiusitas merupakan potensi beragama atau keyakinan kepada Tuhan dengan kata lain percaya bahwa ada kekuatan yang mengatur alam semesta. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dapat dilihat dari manifestasi agama yang dicerminkan.²⁸ Dapat disimpulkan pengertian dari religiusitas yaitu suatu sikap atau perilaku ketaatan serta pemahaman seseorang terhadap hal agama yang dianut sehingga seseorang tersebut berperilaku sesuai kepatuhan ajaran dalam keyakinannya.

b. Dimensi Religiusitas

Ada lima macam dimensi keagamaan menurut Glock dan Stark²⁹, yaitu:

²⁸Rukiyanto, *Pendidikan Religiusitas Untuk Perguruan Tinggi* (Yogyakarta: Sanata Dharma, 2021), hlm. 80.

²⁹Ahmad Thantowi, "Hakikat Religiusitas," *dari : sumsel. Kemenag.go. id* (blog), 10 Desember 2022, hlm. 1.

a) Dimensi Keyakinan

Dimensi ini mengandung pengakuan kebenaran, dimana para penganut diharapkan akan taat. Dalam ajaran Islam, dimensi ini mengenai kepercayaan terhadap rukun iman, kepercayaan seseorang terhadap kebenaran agamanya.

b) Dimensi Praktik Agama

Dimensi ini mengarah pada praktik keagamaan seperti menjalankan ritual keagamaan. Dalam konteks Islam lebih kearah menjalankan *Mahdaah* yang meliputi salat, puasa, haji, zakat.

c) Dimensi Ihsan dan Penghayatan

Tercapainya ihsan yaitu setelah memiliki keyakinan yang tinggi dan telah melaksanakan ajaran agama secara optimal. Ihsan berkaitan dengan sejauh mana kedekatan seseorang dengan Allah, dan perasaan nikmat dalam mencapai ridha Allah.

d) Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan pemahaman seseorang dalam ajaran agama-agamanya, baik bersumber dari kita *Al-Qur'an* maupun hadist.

e) Dimensi Pengalaman dan Konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada pengaplikasian ajaran-ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari yang dilandasi etika dan spiritual yang dianutnya. Dari uraian tersebut disimpulkan bahwa dimensi

religiusitas saling berkaitan satu sama lain dalam memahami religiusitas.

c. Hubungan *Trend Fashion* dengan Religiusitas

Munculnya *trend fashion* busana muslimah memberikan kesempatan untuk merepresentasikan secara simbolik seorang muslimah. Wanita muslimah saat ini memiliki lebih banyak pilihan gaya. *Trend fashion* saat ini sudah banyak menawarkan pilihan pakaian yang sesuai dengan syari'at Islam. Berpakaian tertutup merupakan ciri khas seorang muslimah.

Nilai religiusitas seorang muslimah berkaitan dengan sikap dan keyakinannya. Dalam hal ini sikap dalam mengikuti perkembangan *Trend fashion* , yaitu memandang dari sumber agama, sesuai atau tidaknya dengan syari'at Islam.³⁰

d. Hubungan Gaya Hidup dengan Religiusitas

Secara harfiah seseorang yang religius akan selalu untuk berbuat kebaikan, tidak hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk orang lain. Religiusitas adalah sebagai simbol sistem keyakinan, nilai, dan perilaku yang memuaskan berbagai persoalan-persoalan duniawi yang keseluruhan maknanya disimpulkan dalm suatu keyakinan hakiki. Berdasarkan dimensi keyakinan, orang dengan tingkat keyakinan religiusitas yang tinggi akan

³⁰ Kamrani Buseri, *Nilai-nilai Ilahiah Remaja Pelajar: Telaah Phenomologis dan Strategis Pendidikannya* (Yogyakarta: UII Press, 2004), Hlm.15.

berprilaku konsekuen dengan ajaran agamanya dalam bersosial dengan masyarakat. Dalam dimensi pengamalan

Membahas tentang sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial sehingga relatif memiliki keinginan yang rendah untuk mengikuti gaya hidup yang mementingkan kesenangan dan berlebih-lebihan dalam hidup.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang sejenis dengan penelitian ini telah banyak dilakukan peneliti terdahulu. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dian Novita Sari, dkk, (Jurnal mahasiswa fakultas ilmu administrasi, Vol, 60 No. 28, UIN Malang 2018) ³²	Pengaruh <i>trend fashion</i> terhadap keputusann pembelian(Survey Pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang).	Variabel <i>trend fashion</i> berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Nova Mulia Sari (Skripsi 2021) ³³	Pengaruh <i>trend fashion</i> terhadap keputusan	<i>Trend Fashion</i> berpengaruh

³¹ Ardila Saputri, "Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme, *Jurnal Psikologi*, Vol.12 No.2, 2016.

³²Dian Novita Sari, dkk, "Pengaruh *trend fashion* terhadap keputusann pembelian (Survey Pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang), *Jurnal mahasiswa fakultas ilmu administrasi*, diakses pada tanggal 20 Maret 2023.

³³Nova Mulia Sari, "Pengaruh *trend fashion* terhasdap keputusan pembelian hijab ditinjau menurut ekonomi syariah", *Skripsi*, (Riau: UIN Suska, 2021), diakses pada tanggal 20 Maret 2023.

		pembelian hijab ditinjau menurut ekonomi syariah.	terhadap variabel keputusan pembelian.
3	Intisari Haryanti, Herry Nurdin (Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia 11 (2), 124-135, 2021) ³⁴	Trend fashion dan gaya hidup hedonis, terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota Bima.	<i>Trend Fashion</i> dan gaya hidup hedonis memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan terhadap preferensi pakaian hijab.
4	Nurul Arsita (Jurnal Ilmu Manajemen Saburai 7 (2), 125-131, 2021) ³⁵	Pengaruh gaya hidup dan <i>trend fashion</i> terhadap keputusan pembelian <i>online</i> produk <i>fashion</i> pada media sosial instagram.	Dari kesimpulan hasil penelitian terlihat jelas bahwa gaya hidup dan <i>trend fashion</i> berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Nursaidah Lubis (Skripsi IAIN Padangsidempuan 2021) ³⁶	Pengaruh <i>trend fashion</i> dan promosi terhadap keputusan pembelian produk <i>fashion</i> pada Mahasiswa program studi ekonomi syariah IAIN Padangsidempuan angkatan 2017.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>trend fashion</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk <i>fashion</i> . Secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk <i>fashion</i> .

³⁴Intisari Haryanti, Herry Nurdin “Trend fashion dan gaya hidup hedonis, terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota Bima,” *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, diakses pada tanggal 20 Maret 2023.

³⁵Nurul Arsita, “Pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian *online* produk *fashion* pada media sosial instagram”, *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, diakses pada tanggal 20 Maret 2023.

³⁶Nursaidah Lubis , “Pengaruh *trend fashion* dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada Mahasiswa program studi ekonomi syariah IAIN Padangsidempuan angkatan 2017”, *Skripsi*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021), diakses pada tanggal 20 Maret 2023.

Dari penelitian terdahulu pada tabel di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti yaitu:

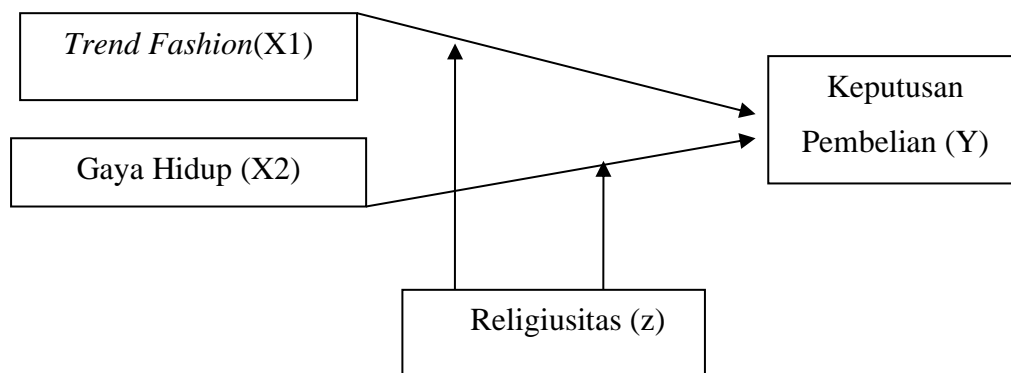
1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dian Novita Sari pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian, dan salah satu variabel independen yaitu *trend fashion*. Perbedaan terletak pada lokasi penelitian, dimana penelitian Dian Novita Sari pada konsumen batik Malang, sedangkan penelitian ini pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
2. Persamaan penelitian Nova Mulia Saridengan penelitian ini terletak pada variabel X_1 yaitu *trend fashion*, dan variabel Y keputusan pembelian, sedangkan perbedaannya penelitian tersebut tidak memiliki variabel moderating.
3. Persamaan penelitian Intisari Haryanti dengan penelitian ini terletak pada salah satu variabel X_1 dan X_2 , sedangkan perbedaannya penelitian tersebut tidak memiliki variabel moderating.
4. Persamaan penelitian Nurul Arsita dengan penelitian ini terletak pada variabel bebas dan variabel terikatnya, sedangkan perbedaannya pada penelitian Nurul Arsita tidak memakai variabel moderating, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating.
5. Persamaan penelitian Nursaidah Lubis dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas kajian *trend fashion* dengan lokasi penelitian yang sama, perbedaannya penelitian dari Nursaidah Lubis dengan

penelitian ini terletak pada variabel X_2 yaitu promosi, dan juga pada penelitian Nursaidah Lubis tidak memakai variabel moderating, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating.

C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir yaitu berupa model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.³⁷ Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian sebagai Y, sedangkan variabel independen pada penelitian ini terdiri dari *Trend Fashion* sebagai X_1 , serta gaya hidup sebagai X_2 . Sedangkan variabel moderasi dari penelitian ini yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel yaitu religiusitas sebagai Z. Secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



³⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R DAN D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 60.

Berdasarkan gambar di atas, peneliti dapat menjelaskan maksud dari kerangka pikir tersebut adalah bahwa *trend fashion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta religiusitas memoderasi pengaruh *trend fashion* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hipo* (belum tentu benar) dan *tesis* (kesimpulan). Menurut Sekaran, hipotesis adalah sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pertanyaan yang dapat diuji.³⁸

Berdasarkan landasan teori dari kerangka pikir yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H₁: Ada pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian busana muslimah.

H₂: Religiusitas memoderasi pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian busana muslimah.

H₃: Ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah.

H₄: Religiusitas memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah.

³⁸Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah* (Jakarta Pusat: Kencana, 2012), hlm. 79.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2022 sampai bulan Juli 2023. Lokasi penelitian yang dipilih yaitu UIN SYAHADA Padangsidimpuan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang beralamat di Jl. H. T. Rizal Nurdin, KM. 4,5 Sihitang.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan penggunaan metode atau tahap statistik atau cara-cara lain dari pengukuran. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada tanda-tanda yang memiliki ciri-ciri dan manfaat tertentu pada kehidupan manusia yang disebut dengan variabel.³⁹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Keseluruhan dari objek penelitian disebut populasi, dimana populasi ini dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, udara, dan sebagainya.⁴⁰ Populasi tersebut dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi

³⁹Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 39.

⁴⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R DAN D*, hlm. 81.

pada penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 yang berjumlah 191 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁴¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dengan empat kriteria yaitu: peluang terpilih segala unit dalam populasi diketahui, *Reliability* dapat diukur, ekonomis, dan efisien.

Adapun dalam pengambilan sampel yaitu Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 sebanyak 191 orang. Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus *slovin*. Adapun rumus *slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e^2 = Error(10%)

Berdasarkan rumus slovin diatas maka dapat disimpulkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

⁴¹Eddi Roflin dan dkk, *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran* (Yogyakarta: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm. 11.

$$n = \frac{191}{1 + 191(0,1)^2}$$

$$n = 65,635$$

$n=65,635$ dibulatkan menjadi 66 responden.

Maka dapat disimpulkan peneliti, yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 66 responden.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data tersebut diperoleh.⁴²Penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari responden langsung melalui kuisisioner. Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner merupakan daftar dari beberapa pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk diisi para responden. Kuisisioner yang dipakai yaitu kuisisioner tertutup yang telah ditentukan jawabannya dengan menggunakan skala likert yang berisi lima tingkatan jawaban berikut ini:

⁴²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 172.

Tabel III.1
Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket Tentang *Trend Fashion*

No	Indikator	Nomor Soal
1	Gaya yang diterima	1,2
2	Mayoritas kelompok	3
3	Siklus dan waktu	4
4	Pemimpin opini	5,6

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket Tentang *Gaya Hidup*

No	Indikator	Nomor Soal
1	Aktivitas	1
2	Minat	2
3	Opini	3,4
4	Keyakinan	5,6

Tabel III.4
Kisi-Kisi Angket Tentang Religiusitas

No	Indikator	Nomor Soal
1	Keyakinan	1,2
2	Pengetahuan Agama	3
3	Praktek Agama	4
4	Pengalaman	5
5	Konsekuensi	6

Tabel III.5
Kisi-Kisi Angket Tentang Keputusan Pembelian

No	Indikator	Nomor Soal
1	Pengenalan Masalah	1
2	Pencarian Informasi	2
3	Evaluasi Alternatif	3
4	Keputusan Pembelian	4
5	Pasca Pembelian	5,6

2. Dokumentasi

Cara untuk memperoleh data historis yaitu dokumentasi.⁴³ Dalam penelitian yang menggunakan pedoman dokumentasi dilakukan dengan cara analisis isi.

⁴³Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 308.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas mengarah pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang sedang diteliti. Dengan arti suatu instrument pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak kita ukur.⁴⁴

Perhitungannya menggunakan metode *Corrected Item-Total Correlation* dengan rumus sebagai berikut:

- a. Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu hasil pengukuran. Disebut reliabel atau memiliki keandalan yaitu apabila suatu pengukuran konsisten memberikan jawaban yang sama. Jika suatu pengukuran dalam suatu penelitian konsisten dari waktu ke waktu lainnya, maka pengukuran tersebut dapat dipercaya dalam tingkatan derajat tertentu.⁴⁵

⁴⁴Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 103.

⁴⁵Morissan, hlm. 99.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Croanbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Croanbach Alpha* $> 0,600$. Jika reabilitas kurang dari 0,600 adalah kurang baik, sedangkan 0,700 dapat diterima dan diatas 0,800 adalah baik.

G. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dan penafsiran data merupakan pengertian dari analisis data. Agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah dilakukan analisis data dengan cara melakukan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data. Menurut Sofian Effendi dalam bukunya *Metode Penelitian Survei* tujuan dari analisis yaitu menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diartikan.⁴⁶ Penelitian ini menggunakan SPSS 26. Diperlukan uji asumsi klasik sebelum melakukan analisis regresi moderasi untuk memastikan apakah dalam model penelitian tidak ditemukan masalah normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan uji yang digunakan untuk penelitian-penelitian yang dilakukan pada populasi.⁴⁷ Analisis ini digunakan untuk menggambarkan tentang data-data penelitian seperti mean, median, standar

⁴⁶Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 120.

⁴⁷Laurentius Saptono, *Statistika Deskripti* (Yogyakarta: Sanata Darma, 2022), hlm. 5.

deviasi, modus, dan lain-lain. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran tentang jumlah data minimum, maksimum, dan standar deviasi.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya terdistribusi normal atau tidak.⁴⁸ Penelitian ini menggunakan metode one sample kolmogorof-Smirnov, sehingga kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi diatas 0,1 maka data memiliki distribusi normal dan begitu juga sebaiknya.⁴⁹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan linear yang pasti antara peubah-peubah bebasnya.⁵⁰ Variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala korelasi antar variabel independen merupakan gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model

⁴⁸Rahmadhayanti, dan Ana, *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar* (Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 147.

⁴⁹Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah Nasution, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 56.

⁵⁰Nugraha Billy, *Pengembangan Uji Statistik* (Sukoharjo: Cv Pradina Pustaka Grup, 2022), hlm. 29.

regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor (VIF)*. Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel bebas yang mana yang dijelaskan oleh variabel lainnya. Pemeriksaan multikolinearitas dilakukan dengan penggunaan VIF (*variance inflation faktor*) yang terkait dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$), berarti tidak ada masalah multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10 ($VIF > 10$), berarti ada masalah multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas. Gejala varians yang tidak sama disebut gejala heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan Uji Spearman dimana dilakukan perhitungan dari korelasi *rank spearman* antara variabel absolut dengan variabel-variabel bebas. Kemudian nilai dari semua *rank spearman* tersebut dibandingkan dengan nilai signifikansi yang ditentukan. Masalah heteroskedastisitas tidak terjadi apabila nilai *rank spearman* antara variabel absolut residual regresi dengan variabel-variabel bebas lebih besar dari nilai signifikansi (α).⁵¹

⁵¹Ikbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 258.

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear yang mencakup lebih dari satu variabel indeenden atau prediktor. Dalam dunia statistika istilah ini disebut regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk memprediksi nilai variabel terikat (Y) ketika nilai nilai variabel bebas (X) diketahui. Dalam penelitian ini , analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *trend fashion* (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁵²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X₁X₂ = variabel independen

a = konstanta

b₁b₂ = koefisien regresi

e = error

Berdasarkan persamaan diatas, maka persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = a + b_1 TF + b_2 GH + e \dots \dots (1)$$

⁵²Purbayu Budi Santosa dan Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi dan Niaga* (Yogyakarta: Erlangga, 2017), hlm. 282.

Keterangan:

KP : Keputusan Pembelian

TF : *Trend Fashion*

GH : Gaya Hidup

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien masing-masing variabel

e : Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai *adjusted r²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁵³

⁵³Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 5*, Edisi 5 (Semarang: BP Universitas Ponorogo, 2011), hlm. 97.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah t hitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasil berlaku ketentuan sebagai berikut:⁵⁴

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak.

c. Persamaan Regresi Model dua (MRA)

Analisis *ModeratedRegressionAnalysis* (MRA) digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat setelah dikenalkan dengan variabel moderator tersebut. Menurut Ghozali variabel moderasi merupakan variabel yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen.⁵⁵ Uji ini merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda dimana persamaan regresi mengandung unsur interaksi (perkalian dua variabel bebas atau lebih) dengan rumus sebagai berikut:⁵⁶

$$Y = a + b_1X_1 + b^2(X_1*Z) \dots \dots \dots (2)$$

Dari persamaan diatas, maka persamaan regresi model dua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁴Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, 73 (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014), hlm. 161.

⁵⁵Imam Ghazali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, 7th ed* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).

⁵⁶Imam Ghazali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, 7th* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).

$$KP = a + b_1 TF + b_2 (TF * RG)$$

d. Persamaan Regresi Model Tiga (MRA)

Bentuk persamaan regresi model tiga dalam penelitian ini dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_2 + b_2 (X_2 * Z) \dots\dots(3)$$

Dari persamaan di atas, maka persamaan regresi model tiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = a + b_1 GH + b_2 (GH * RG)$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Padangsidimpuan atau sekarang UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan telah ada sejak tahun 2012. Berdirinya FEBI bersamaan dengan proses peralihan status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang perubahan STAIN menjadi IAIN Padangsidimpuan yang ditandatangani Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013.

Wujud konkrit dari peraturan presiden tersebut ditindak lanjuti dengan peraturan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundang kan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh menteri hukum dan HAM. Amir Syamsuddin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status tersebut, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK). FEBI merupakan

fakultas termuda dibandingkan dengan ketiga fakultas lainnya karena ketiga fakultas tersebut telah ada sejak IAIN Padangsidempuan masih berstatus STAIN. Selanjutnya IAIN bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang disingkat menjadi Syahada berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No 87 Tahun 2022 tertanggal 8 Juni 2022.⁵⁷

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada awalnya memiliki dua prodi yaitu prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah. Akan tetapi sekarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah memiliki lima program studi antara lain yaitu, Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Akuntansi Syariah.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam berbasis *teoantropoekonsenstris* (Al-liahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah) dan berperan aktif di tingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis *teoantropoekonsenstris*.

⁵⁷Tim Penyusun Buku Panduan Akademik, *Panduan Akademik IAIN Padangsidempuan Tahun 2019* (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 1.

- 2) Meningkatkan kualitas penelitian di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekonsenstris*.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekonsenstris*.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.
- 5) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana Ekonomi Islam professional yang memiliki kompetensi dan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Menciptakan pelaku ekonomi yang bermoral, berbudi pekerti dan mempunyai integritas yang tinggi terhadap pengembangan ekonomi Islam.

B. Hasil Analisis Data

Bagian ini digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 26 adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Variabel *Trend Fashion*

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas *Trend Fashion* (X1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.760	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 66 - 2 = 64$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2042	Valid
2	0,601		Valid
3	0,685		Valid
4	0,565		Valid
5	0,472		Valid
6	0,645		Valid

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Dari uji validitas variabel *Trend Fashion* pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai *Trend Fashion* dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 64$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2042. Sehingga keenam item angket dinyatakan valid.

2) Hasil Uji Validitas Gaya Hidup

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2) Uji ke-1

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,636	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 66 - 2 =$	Valid
2	0,594		Valid

3	0,554	64 maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2042	Valid
4	0,735		Valid
5	0,675		Valid
6	0,191		Tidak Valid

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Tabel IV.2 di atas merupakan hasil uji validitas variabel gaya hidup, dari 6 pertanyaan terdapat satu pertanyaan yang tidak valid yaitu pertanyaan ke 6, karena memiliki nilai r_{hitung} kurang dari r_{tabel} (dalam penelitian ini adalah 0,2042). Maka butir yang tidak valid tersebut harus dihapus dan dilakukan pengujian validitas kembali agar mendapatkan item angket yang valid.

Tabel IV.3

Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2) uji ke-2

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,655	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 66 - 2 = 64$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2042	Valid
2	0,612		Valid
3	0,514		Valid
4	0,765		Valid
5	0,698		Valid

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Setelah dilakukan penghapusan pertanyaan ke enam dan dilakukan pengujian validitas kembali, hasil uji validitas gaya hidup (X2) untuk uji yang ke 2 kali pada tabel IV.3, 5 pertanyaan dikatakan valid yaitu memiliki

nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan $n = 64$ maka diperoleh r_{tabel} dalam penelitian ini adalah 0,2042.

3) Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel IV.4

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,685	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 66-2 = 64$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2042	Valid
2	0,660		Valid
3	0,661		Valid
4	0,843		Valid
5	0,754		Valid
6	0,832		Valid

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Dari uji validitas variabel keputusan pembelian pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai item pernyataan 1-6 menunjukkan nilai $r_{hitung} \geq 0,2042 r_{tabel}$ sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

4) Hasil Uji Validitas Religiusitas

Tabel IV.5

Hasil Uji Validitas Religiusitas (Z)

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,482	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 66-2 = 64$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2042	Valid
2	0,625		Valid
3	0,603		Valid
4	0,589		Valid

5	0,610		Valid
6	0,680		Valid

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Dari uji validitas variabel Religiusitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 6 menunjukkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Trend Fashion*

TabelIV.6
Hasil Uji Reliabilitas *Trend Fashion* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach'sAlpha	N of Items
.690	6

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Dari hasil uji Reliabilitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel *Trend fashion* dapat dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* $0,690 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trend Fashion* dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup

TabelIV.7
Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach'sAlpha	N of Items
.655	5

Sumber: Hasil output spss 26 (datadiolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel gaya hidup dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $0,655 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa angket variabel Gaya Hidup dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

3. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	6

Sumber: Hasil output spss 26 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel Keputusan Pembelian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $0,832 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa angket untuk variabel Keputusan Pembelian dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

4. Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.640	6

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26, data diolah

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel Religiusitas dikatakan reliabel jika

nilai *Cronbach Alpha* 0,640 > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa angket untuk variabel Religiusitas dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Tabel IV.10
Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
TrendFashion	66	20	30	27.27	2.428	5.894
GayaHidup	66	12	25	18.95	2.863	8.198
KeputusanPembelian	66	9	29	19.30	4.239	17.968
Religiusitas	66	19	30	25.41	2.053	4.215
Valid N (listwise)	66					

Sumber: Hasil *Output* SPSS Versi 26, data diolah

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa hasil analisis deskriptif dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai minimum dari variabel X1 (*Trend fashion*) dengan nilai 20, maximum adalah 30, mean adalah 27,27, *std deviation* 2,428 dan *variance* 5,894.
- 2) Nilai minimum dari variabel X2 (*Gaya hidup*) dengan nilai 12, maximum adalah 25, mean adalah 18,95 *std deviation* 2,863 dan *variance* 8,198.
- 3) Variabel Y (*keputusan pembelian*) dengan nilai minimum 9, maximum adalah 29, mean adalah 19,30, *std deviation* 4,239 dan *variance* 17,968.

- 4) Variabel Z (Religiusitas) dengan nilai minimum 19, maximum adalah 30, mean adalah 25,41, *std deviation* 2,053 dan *variance* 4,215.

b. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.88724074
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.044
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil *Ouput* SPSS Versi 26, data diolah

Berdasarkan tabel IV.11 nilai signifikansi (*asympt. Sig. 2-tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefisiens^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1			
	X1	.990	1.010
	X2	.990	1.010
	Z	.992	1.008

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *Ouput* SPSS Versi 26, data diolah

Berdasarkan tabel IV.12 di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
TF(X1)	0,990 > 0,10	1,010 < 10	Tidak terjadi Multikolinearitas
GH(X2)	0,990 > 0,10	1,010 < 10	Tidak terjadi Multikolinearitas
RG(Z)	0,992 > 0,10	1,008 < 10	Tidak terjadi Multikolinearitas

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel IV.13

Hasil Uji Heterokedastisitas

		Correlations				
		Trend Fashion	Gaya Hidup	Religiusitas	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Trend Fashion	Correlation Coefficient	1.000	.062	-.090	.007
		Sig. (2-tailed)	.	.619	.470	.955
		N	66	66	66	66
	Gaya Hidup	Correlation Coefficient	.062	1.000	-.041	.036
		Sig. (2-tailed)	.619	.	.742	.773
		N	66	66	66	66
	Religiusitas	Correlation Coefficient	-.090	-.041	1.000	-.040
		Sig. (2-tailed)	.470	.742	.	.751
		N	66	66	66	66
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.007	.036	-.040	1.000
		Sig. (2-tailed)	.955	.773	.751	.
		N	66	66	66	66

Sumber: Hasil *Ouput* SPSS Versi 26, data diolah

Tabel IV.13 di atas menunjukkan bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1 dimana *trend fashion* $0,955 > 0,1$, *Gaya hidup* $0,773 > 0,1$ dan *religiusitas* $0,751 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV.14

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.206	6.226		.194	.847
<i>Trend fashion</i>	.327	.203	.187	1.608	.113
Gaya hidup	.485	.172	.327	2.812	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil *Output* SPSS Versi 26, data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dibentuk persamaan regresi untuk mengetahui nilai konstanta. Persamaan dalam penelitian adalah:

$$KP = 1.206 + 0.327TF + 0,485GH + 6.226.....(1)$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda dapat diketahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

- Nilai konstanta ($a = 1.206$), menyatakan bahwa jika *trend fashion* dan gaya hidup diasumsikan 0 maka keputusan pembelian adalah sebesar 1.206 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel *trend fashion* sebesar 0,327, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *trend fashion* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,327 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel *trend fashion* dengan keputusan pembelian

busana muslimah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

- c. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup bernilai positif sebesar 0,485, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *trend fashion* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,485satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel gaya hidup dengan keputusan pembelian busana muslimah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

5. Hasil Uji Hipotesis

- a. Persamaan regresi (MRA) Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian

- 1) Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel IV.15
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.155	5.838		1.568	.122
Trend Fashion	.372	.213	.213	1.745	.086

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil *Output* SPSS Versi 26, data diolah

Berdasarkan tabel IV.15 di atas dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel *Trend Fashion* adalah sebesar $0,086 < 0,1$ maka H_a diterima, artinya bahwa *Trend Fashion* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel IV.16
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.213 ^a	.045	.030	4.174

a. Predictors: (Constant), Trend Fashion

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.16 diperoleh angka r sebesar 0.213 artinya korelasi antara variabel *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.213. Hubungan antar variabel *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian berada pada interpretasi yang rendah. Nilai R Square = 0.045 artinya variabel *Trend Fashion* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 4,5% sedangkan sisanya 95,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

2) Pengaruh *Trend Fashion* Dimoderasi Oleh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel IV.17
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.439	5.857		1.612	.112
<i>Trend Fashion</i>	.566	.307	.324	1.847	.069
<i>Trend Fashion *Religiusitas</i>	-.008	.009	-.155	-.884	.380

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Tabel IV.17 di atas menjelaskan bahwa *trend fashion* yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari hasil uji t, yang mana nilai signifikannya lebih besar dari 0,1 yaitu 0,380. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$KP = 9,439 + 0,566 TF + -0,008*RG + 5,857.....(2)$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa *trend Fashion* yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t yang mana dengan adanya variabel religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian.

Tabel IV.18
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.239 ^a	.057	.027	4.181

a. Predictors: (Constant), Moderasi1, Trend Fashion

Sumber: Hasil *Output* SPSS Versi 26. Data diolah

Tabel IV.18 di atas dapat dilihat pada nilai R Square setelah ada persamaan regresi yang kedua nilai R^2 menjadi 0,057 atau 5,7 %. Dapat disimpulkan bahwa nilai R Square dari persamaan regresi yang kedua naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian.

b. Persamaan regresi (MRA) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

1) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel IV.19
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9.702	3.333		2.911	.005
Gaya Hidup	.507	.174	.342	2.913	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.19 di atas dapat dilihat nilai signifikansi pada variabel gaya hidup adalah sebesar $0,005 < 0,1$ maka H_a diterima, artinya bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel IV.20
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 ^a	.117	.103	4.014

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.20 diperoleh angka R sebesar 0.342 artinya korelasi antara variabel *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.342. Hubungan antar variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian berada pada interpretasi yang sedang. Nilai R Square = 0.117 artinya variabel gaya hidup mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 11,7% sedangkan sisanya 88,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

2) Pengaruh Gaya Hidup Dimoderasi Oleh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel IV.21
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9.812	3.345		2.934	.005
Gaya Hidup	.754	.353	.510	2.139	.036
Gaya Hidup*Religiusitas	-.010	.012	-.193	-.809	.422

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Tabel IV.21 di atas menjelaskan bahwa gaya hidup yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari hasil uji t, yang mana nilai signifikannya lebih besar dari 0,1 yaitu 0,422. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$KP = 9,812 + 0,754 GH + -0,010 * RG + 3,345 \dots (2)$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa gaya hidup yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t yang mana dengan adanya variabel religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Tabel IV.22**Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 ^a	.126	.098	4.025

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup*Religiusitas, Gaya Hidup

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah)

Tabel IV.22 di atas dapat dilihat pada nilai R Square setelah ada persamaan regresi yang kedua nilai R^2 menjadi 0,126 atau 12,6 %. Dapat disimpulkan bahwa nilai R Square dari persamaan regresi yang kedua naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. Setelah peneliti melakukan penyebaran angket secara langsung kepada mahasiswi program studi ekonomi syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2019 dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi *SPSS* versi 26 adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah

Faktor-faktor yang mempengaruhi *trend fashion* yaitu media massa dan media internet. *Trend Fashion* termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel IV.23
Hasil Uji Hipotesis H1

Hasil Uji	Pengujian	Hasil	Kesimpulan
Parsial	Uji t	$0,086 < 0,1$	Ha diterima
Koefisien Determinasi	Uji <i>R Square</i>	0,045	4,5% Pengaruh <i>Trend Fasion</i> terhadap keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah

Pada tabel IV.23 di atas dapat dilihat hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu nilai signifikansi pada variabel *Trend Fashion* (X1) adalah sebesar $0,086 < 0,1$ sehingga H1 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa *Trend Fashion* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 4,5 % sebelum dimoderasi oleh variabel moderasi yaitu religiusitas.

2. Pengaruh *Trend Fashion* Setelah Dimoderasi Oleh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah

Tabel IV.24

Hasil Uji Hipotesis H2

***Trend Fashion* Dimoderasi Religiusitas**

Hasil Uji	Pengujian	Hasil	Kesimpulan
Parsial	Uji t	0,380 > 0,1	Ha ditolak
Koefisien Determinasi	Uji R Square	0,057	5,7% nilai R Square dari persamaan regresi yang kedua naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan <i>trend fashion</i> terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Data Diolah

Tabel IV.24 di atas dapat menjelaskan bahwa *trend fashion* dimoderasi religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh *trend fashion* terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikansinya setelah dimoderasi oleh religiusitas yaitu nilai signifikansinya $0,380 > 0,1$ maka H_2 ditolak artinya variabel religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian dan besaran pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian yaitu 5,7 persen nilai R Square dari persamaan regresi yang kedua naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian.

Hal ini disebabkan karena mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2019 merupakan generasi z yang sangat menyukai modifikasi dari busana muslimah yang kekinian dan *stylish* yang tidak sesuai dengan aturan berbusana dalam syariat Islam. Sehingga *trend fashion* yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursaidah Lubis (2021) yang menyatakan bahwa tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion*.

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah

Faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang berasal dari dalam diri (internal), dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.

Tabel IV.25

Hasil Uji Hipotesis H3

Hasil Uji	Pengujian	Hasil	Kesimpulan
Parsial	Uji t	$0,005 < 0,1$	Ha diterima
Koefisien Determinasi	Uji <i>R Square</i>	0,117	11,7 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Data Diolah

Pada tabel IV.25 di atas dapat dilihat hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu nilai signifikansi pada variabel Gaya Hidup (X_2) adalah sebesar $0,005 < 0,1$ sehingga H_3 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 11,7 persen sebelum dimoderasi oleh variabel moderasi (Z) yaitu religiusitas. Hasil penelitian ini

sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Arsita bahwa bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Gaya Hidup Setelah Dimoderasi Oleh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah

Tabel IV.26
Hasil Uji Hipotesis H4
Gaya Hidup Dimoderasi Religiusitas

Hasil Uji	Pengujian	Hasil	Kesimpulan
Parsial	Uji t	0,422 > 0,1	Ha ditolak
Koefisien Determinasi	Uji <i>R Square</i>	0,126	12,6 % nilai R Square dari persamaan regresi yang kedua naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Sumber: Data Diolah

Tabel IV.26 di atas dapat menjelaskan bahwa gaya hidup dimoderasi religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikansinya setelah dimoderasi oleh religiusitas yaitu nilai signifikansinya $0,422 > 0,1$ maka H_4 ditolak artinya variabel religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan besaran pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian yaitu 12,6 persen nilai R Square dari persamaan

regresi yang keempat naik tapi nilainya tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Hal ini disebabkan karena mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2019 memiliki gaya hidup yang gemar membeli busana yang kekinian tanpa melihat busana yang dipakai sesuai dengan busana syariat Islam. Sehingga tingkat religiusitas mahsiswi belum mampu memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Arsita bahwa bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi pada penelitian ini variabel religiusitas ditambahkan sebagai variabel moderating, akan tetapi variabel religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian agar hasil yang diperoleh didapat sebaik mungkin, namun dalam proses penelitian-penelitian ini untuk memperoleh hasil yang sempurna sangatlah sulit. Sebab dalam melaksanakan peneliti mendapati beberapa keterbatasan. Diantaranya keterbatasan yang didapati peneliti selama melaksanakan penelitian sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menggunakan variabel yang diteliti yaitu hanya terfokus pada *Trend Fashion*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian dengan menggunakan variabel Religiusitas sebagai Variabel

Moderating. Sementara masih banyak kemungkinan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

- 2) Keterbatasan dalam pengambilan data pada penelitian ini yang berbentuk data primer. Peneliti mengambil sampel penelitian yakni mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019 sebanyak 66 orang sebagai responden penelitian.
- 3) Keterbatasan sumber referensi seperti buku-buku, jurnal yang diperlukan yang dibutuhkan peneliti sebagai sumber referensi untuk penulisan skripsi sehingga menyebabkan kendala tersendiri bagi peneliti dalam melengkapi teori-teori yang dibutuhkan.

Akan tetapi, peneliti berusaha semaksimal mungkin agar keterbatasan yang dialami tidak mengurangi makna dalam penelitian ini. Dengan kata lain, semampu dan segala usaha serta upaya peneliti dan bantuan dari semua pihak skripsi ini terselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengolahan data dan pembahasan dari penelitian yang berjudul "Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi kasus mahasiswi angkatan 2019 prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel *trend fashion* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- 2) Berdasarkan hasil uji moderasi dengan persamaan regresi model dua menyatakan bahwa variabel *trend fashion* yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikansinya setelah dimoderasi oleh religiusitas yaitu nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan. Maka H_2 ditolak artinya variabel religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian.
- 3) Berdasarkan uji hipotesis secara parsial menyatakan bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel gaya hidup (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- 4) Berdasarkan uji moderasi dengan persamaan regresi model dua menyatakan bahwa variabel gaya hidup yang dimoderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansinya setelah dimoderasi oleh religiusitas yaitu nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan. Maka H_{24} ditolak artinya variabel religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak UIN SYAHADA Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, bahan bacaan tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya dengan penambahan variabel lain yang mempengaruhi variabel dependen, selain dari *trend fashion* dan gaya hidup serta variabel moderating yaitu religiusitas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi yang sudah dilakukan sebesar 13,6% Sisanya sebesar 86,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat bagaimana tata cara dalam mengikuti *trend fashion* busana muslimah agar tidak salah arti dalam menggunakan produk *fashion* busana muslimah. Referensi dalam menggunakan busana muslimah sudah dijelaskan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim Zaman, Moh. *Kostum Barat dari Masa ke Masa*. Jakarta: PT. Carina Indah Utama, 2001.
- Alliza Nur, Shandrina. “Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup , dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab.” 1, no. 2 (Desember 2021).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Arsita, Nurul, Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram, *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*. Maret 2023.
- Asokawati, Okky. *Stylist Smart & Soleha*. Jakarta: Dian Rakyat, 2008.
- Barnard, Malcolm. *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Billy, Nugraha. *Pengembangan Uji Statistik*. Sukoharjo: Cv Pradina Pustaka Grup, 2022.
- Budi Santosa, Purbayu, dan Muliawan Hamdani. *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Yogyakarta: Erlangga, 2017.
- Burhan, Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: CV Penerbit J-ART, 2010.
- Ghazali, Imam. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, 7th*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 5*. Edisi 5. Semarang: BP Universitas Ponegoro, 2011.
- Haryanti, Intisari, dkk. *Trend Fashion dan Gaya Hidup Hedonis, Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Berhijab di Kota Bima, Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Diakses tahun 2023.
- Hasan, Ikbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Irfani Lindawati, Yustika. “Fashion Dan Gaya Hidup,” *Jurnal Hermeneutika*, Vol. 5, no. 2 (November 2019).
- Liniliza. “Trend Berpakaian Masa kini,” *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*.” 1, no. 1 (2021): 1.
- Lubis, Nursaidah, Pengaruh *Trend Fashion* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan Angkatan 2017, *Skripsi*. Maret 2023.
- Maha. “Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam,” *Jurnal QIEMA*., 7, no. 2 (Agustus 2021).
- Matondang, Zulaika, dan Hamni Fadilah Nasution. *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Mudrajad, Kuncoro. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Erlangga, 2013.

- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah*. Jakarta Pusat: Kencana, 2012.
- Nugroho J, Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Nur Shadrina, Aliza, dan dkk. "Pengaruh Trend Fashion. Gaya Hidup, dan Brand Image Terhadap Preferensi Hijab," *Journal Of Islamic Economics*, Vol. 1, no. no 2 (Juli 2021).
- Penyusun Buku Panduan Akademik, Tim. *Panduan Akademik IAIN Padangsidimpuan Tahun 2019*. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019.
- Philip, Khotler. *Manajemen Pemasaran*. Milenium 1. Jakarta: PT. Prenhalindo, 2005.
- Priyanto, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis, 73*. Yogyakarta: PT Andi Offset, 2014.
- Quraish Shihab, M. *Wawasan Al-Qur'an*. Bandung: Mizam, 1996.
- Rahmadhayanti, dan Ana. *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2019.
- Roflin, Eddi, dan dkk. *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Yogyakarta: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Rukiyanto. *Pendidikan Religiusitas Untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Sanata Dharma, 2021.
- sari, Dian Novita, dkk. Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian(Survei Pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang). *Jurnal Administrasi*. Diakses tahun 2023.
- Sari, Nova Mulia, Pengaruh *trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, *Skripsi, (Riau: UIN Suska, 2021*.
- Saptono, Laurentius. *Statistika Deskripti*. Yogyakarta: Sanata Darma, 2022.
- Schiffman, dan Kanuk. *Perilaku Konsumen, Zulkipli Kasip (ahli bahasa)*. Ketujuh. Jakarta: PT Indexs, 2004.
- Sedarmayanti, dan dkk. *KNOWLEGDE MANAGEMENT*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudarsono, Heri. *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. PUSTAKA ABADI, 2020.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R DAN D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sujawerni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Susanto, dan dkk. "Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle," *Jurnal JIBEKA*, Vol 7, no. 2 (Agustus 2013): hlm. 1-6.
- Thantowi, Ahmad. "Hakikat Religiusitas,," *dari : sumsel. Kemenag.go. id* (blog), 10 Desember 2022.
- Triapnika, Nana. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Wilandika, Angga. *Mahasiswa, Religiusitas, dan Efikasi Diri Perilaku Berisiko HIV Kajian dalam Sudut Pandang Muslim*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2022.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Asrani Panggabean
2. Tempat/Tanggal Lahir : Aek Godang, 22 Februari 2001
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 1 dari 3 Bersaudara
6. Alamat : Desa Aek Godang, Kec. Hulu Sihapas
Kab. Padang Lawas Utara
7. Kewarganegaraan : WNI
8. No.Telepon/WA : 081329548909
9. Email : asranipanggabean01@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 101910 Aek Godang
2. SMP Negeri 1 Hulu Sihapas
3. SMK Negeri 1 Padangsidimpuan
4. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
(2019-2023)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Maraden Panggabean
2. Pekerjaan Ayah : Petani
3. Nama Ibu : Tiejen Siregar
4. Pekerjaan Ibu : Pedagang
5. Alamat : Desa Aek Godang, Kec. Hulu Sihapas
Kab. Padang Lawas Utara

IV. PRESTASI AKADEMIK

- IPK : 3.78
- Judul Skripsi : Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup

Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating

V. MOTTO HIDUP

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.

NIDN : 2017058302

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019)”.

Yang disusun oleh:

Nama : Asrani Panggabean

Nim : 19 402 00159

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Mei 2023
Validator

Zulaika Matondang, S.Pd.,M.Si.
NIDN. 2017058302

LEMBAR VALIDASI
ANGKET TREND FASHION(X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Gaya yang diterima	1,2			
Mayoritas kelompok	3			
Siklus dan Waktu	4			
Pemimpin Opini	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2023
Validator

Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET GAYA HIDUP (X₂)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Aktivitas	1			
Minat	2			
Opini	3,4			
Keyakinan	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidimpuan, Mei 2023
Validator

Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET RELIGIUSITAS (Z)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keyakinan	1,2			
Pengetahuan agama	3			
Praktek agama	4			
Pengalaman	5			
Konsekuensi	6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 03 Mei 2023
Validator

Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengenalan Masalah	1			
Pencarian Informasi	2			
Evaluasi Alternatif	3			
Keputusan Pembelian	4			
Pasca Pembelian	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2023
Validator

**Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2017058302**

LAMPIRAN 2

Padangsidempuan, Mei 2023

Kepada Yth

Mahaiswi/Saudari Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/Skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya:

Nama : Asrani Panggabean

NIM : 19 402 00159

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam -Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019)”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Saudari untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh–sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Saudari dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Mei 2023
Hormat Saya

Asrani Panggabean
Nim. 19 402 001

LAMPIRAN 3

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Nim :
3. Jurusan :
4. Angkatan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (\surd) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

SangatSetuju (SS)	Setuju (S)	KurangSetuju (KS)	TidakSetuju (TS)	Sangat TidakSetuju (STS)
5	4	3	2	1

C. Daftar Pertanyaan:

1. Angket Keputusan Pembelian(Y)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membutuhkan produk <i>fashion</i> .					
2	Saya melakukan pencarian informasi mengenai produk <i>fashion</i> yang sedang banyak dipakai orang.					
3	Saya membeli produk <i>fashion</i> busana muslimah bernuansa modern dengan melihat OOTD orang-orang di sosial media.					

4	Saya memilih membeli <i>Fashion</i> Busana Muslimah bernuansa modern karena sedang <i>trend</i> dan kekinian.					
5	Saya melakukan pembelian ulang produk <i>fashion</i> busana muslimah.					
6	Saya akan merekomendasikan produk <i>fashion</i> busana muslimah kepada orang lain.					

2. Angket *Trend Fashion* (X₁)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk <i>fashion</i> busana muslimah karena mengikuti zaman.					
2	Saya membeli produk <i>fashion</i> busana muslimah karena model terbaru.					
3	Saya mengikuti <i>trend fashion</i> busana muslimah karena melihat referensi teman.					
4	Saya memilih produk <i>fashion</i> bernuansa modern dan kekinian.					
5	Saya memakai produk <i>fashion</i> busana muslimah karena menunjukkan kepribadian yang baik.					
6	Saya menganggap <i>fashion</i> merupakan hal yang penting karena dapat mendukung aktivitas seseorang.					

3. Angket Gaya Hidup(X₂)

No	Pertanyaan	TanggapanResponden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya selalu mengikuti perkembangan <i>trend fashion</i>					
2	Saya membeli busana muslimah sesuai dengan tren yang sedang berkembang.					
3	Saya membeli sebuah produk <i>trend fashion</i> yang bagus karena sudah menjadi suatu kebutuhan.					
4	Saya tertarik mengikuti <i>trend fashion</i> busana muslimah atas rekomendasi teman.					
5	Saya memilih produk busana muslimah karena sesuai perintah agama, dan juga banyak pilihan modelnya.					
6	Saya merasa puas jika busana yang saya pakai sesuai dengan <i>trend fashion</i> yang sedang berkembang.					

4. Religiusitas (Z)

No	Pertanyaan	TanggapanResponden				
		SS	S	KS	TS	ST S
1	Saya memakai busana muslimah karena syariat Islam.					
2	Busana muslimah yang saya kenakan merupakan busana muslimah bernuansa modern.					

3	Saya memilih busana muslimah yang simpel yang cocok dikenakan sehari-hari.					
4	Saya suka membeli <i>trend fashion</i> busana muslimah sesuai dengan model yang berkembang saat ini.					
5	Saya memakai <i>fashion</i> busana muslimah dengan melihat lingkungan sekitar.					
6	Saya merasa puas jika busana muslimah yang saya beli sesuai dengan tren busana muslimah saat ini.					

Padangsidempuan, Mei 2023
Responden

.....

LAMPIRAN 4

1. Hasil Angket Variabel *Trend Fashion* (X1)

Responden	X1						TOTAL
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	
1	5	5	5	4	5	4	28
2	5	5	4	4	5	5	28
3	5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	4	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	4	27
6	3	5	5	4	5	4	26
7	5	4	5	5	5	4	28
8	5	5	4	5	5	4	28
9	5	5	5	5	5	5	30
10	3	4	4	5	4	5	25
11	4	5	5	5	5	4	28
12	5	5	5	4	5	5	29
13	4	4	5	5	5	5	28
14	5	4	5	4	5	5	28
15	5	5	5	4	5	4	28
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	5	5	4	5	4	27
19	4	5	5	4	4	5	27
20	4	5	5	4	5	4	27
21	4	4	5	4	5	4	26
22	2	5	4	5	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	4	4	4	5	4	24
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	3	4	5	5	4	25
28	5	4	5	4	5	3	26
29	4	5	5	5	5	5	29
30	4	5	5	5	5	4	28
31	5	5	4	5	4	5	28

32	4	5	5	4	5	4	27
33	4	5	4	4	4	5	26
34	3	4	2	4	4	4	21
35	3	2	4	4	5	2	20
36	4	5	5	5	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	4	4	3	4	4	22
39	4	5	5	4	5	5	28
40	5	5	5	4	5	4	28
41	5	4	5	5	5	5	29
42	5	5	5	5	5	5	30
43	3	4	5	4	5	5	26
44	4	5	4	5	5	5	28
45	5	5	5	4	4	3	26
46	4	5	4	4	4	4	25
47	4	4	5	4	5	4	26
48	5	4	5	5	4	5	28
49	5	5	5	4	5	5	29
50	5	4	5	4	5	5	28
51	3	5	4	4	2	4	22
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	4	29
54	4	4	3	4	4	4	23
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	5	5	5	4	28
57	4	2	4	5	5	4	24
58	4	4	5	5	4	5	27
59	5	5	4	4	5	4	27
60	5	5	5	5	4	5	29
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	5	4	4	5	4	26
64	4	3	2	4	5	4	22
65	5	4	4	5	5	5	28
66	5	5	4	5	5	5	29

2. Hasil Angket Variabel Gaya Hidup (X2)

			X2			
Responden	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	TOTAL
1	4	3	4	5	4	20
2	5	3	4	4	5	21
3	4	2	4	4	4	18
4	3	2	4	3	2	14
5	4	5	5	3	3	20
6	5	4	5	3	4	21
7	4	4	4	3	4	19
8	4	4	3	4	4	19
9	4	3	4	4	4	19
10	4	4	3	4	4	19
11	4	4	4	5	3	20
12	4	2	4	4	4	18
13	2	1	4	3	4	14
14	4	4	4	3	4	19
15	3	5	4	5	5	22
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	4	5	4	22
18	4	3	4	3	4	18
19	5	4	4	5	4	22
20	4	2	5	4	2	17
21	4	3	5	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	3	3	4	5	19
24	4	4	3	4	4	19
25	5	5	5	5	5	25
26	3	2	3	1	4	13
27	2	3	4	3	4	16

28	4	2	4	3	4	17
29	4	3	4	4	4	19
30	4	2	4	4	4	18
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	2	3	3	16
33	4	2	4	4	4	18
34	4	2	5	4	2	17
35	4	2	2	3	2	13
36	5	3	5	5	4	22
37	4	3	5	3	3	18
38	4	3	4	4	4	19
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	3	4	19
41	5	5	3	5	5	23
42	4	4	4	5	4	21
43	4	2	3	4	5	18
44	4	4	5	5	5	23
45	4	3	4	4	3	18
46	4	3	4	4	4	19
47	4	3	5	4	4	20
48	4	3	4	4	3	18
49	5	4	3	4	4	20
50	5	4	5	5	5	24
51	2	2	4	4	4	16
52	2	2	4	4	4	16
53	5	4	4	4	3	20
54	4	4	4	4	4	20
55	2	3	3	3	2	13
56	4	4	2	3	4	17
57	4	3	4	4	3	18

58	4	1	5	5	4	19
59	5	4	3	2	1	15
60	2	4	2	2	2	12
61	5	2	5	2	2	16
62	4	4	5	5	5	23
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	5	5	22
65	5	4	5	4	5	23
66	5	4	4	4	5	22

3. Hasil Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)

			Y					
Responde n	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	TOTA L	
1	4	2	4	4	4	3	21	
2	3	2	1	3	3	2	14	
3	4	4	2	4	4	4	22	
4	3	2	3	3	2	2	15	
5	3	5	4	5	3	4	24	
6	3	2	2	3	4	3	17	
7	3	2	3	3	3	2	16	
8	4	3	3	4	4	3	21	
9	3	2	3	3	4	3	18	
10	4	3	4	4	4	3	22	
11	4	2	3	3	2	2	16	
12	3	2	3	3	4	3	18	
13	1	5	1	3	1	1	12	
14	4	4	4	3	3	3	21	
15	4	4	3	5	5	4	25	
16	5	2	3	4	5	5	24	
17	4	3	3	3	4	3	20	
18	3	3	3	3	4	2	18	
19	2	3	3	3	4	3	18	
20	4	1	2	2	4	2	15	

21	3	2	3	3	4	3	18
22	4	3	3	4	4	3	21
23	4	3	3	4	4	3	21
24	4	3	4	4	5	4	24
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	3	2	4	5	3	22
27	3	3	2	4	4	4	20
28	2	2	2	2	2	2	12
29	4	2	2	3	4	4	19
30	4	2	2	2	2	2	14
31	4	3	3	4	4	2	20
32	4	3	3	4	4	3	21
33	4	2	2	2	2	2	14
34	4	1	2	2	4	2	15
35	4	3	2	4	4	3	20
36	5	5	4	5	5	5	29
37	5	2	2	3	4	3	19
38	4	4	3	4	4	2	21
39	4	3	3	3	4	2	19
40	4	3	4	4	4	3	22
41	4	3	4	3	4	2	20
42	5	4	3	4	4	4	24
43	3	2	3	3	4	3	18
44	4	5	4	5	5	4	27
45	3	2	3	3	3	2	16
46	4	3	4	3	4	4	22
47	5	3	4	5	5	3	25
48	4	3	4	4	4	4	23
49	5	5	4	4	4	5	27
50	4	4	2	5	5	4	24
51	1	2	3	3	4	3	16
52	1	2	3	3	3	3	15
53	4	4	4	4	4	5	25
54	2	2	2	3	3	1	13

55	4	4	1	2	4	3	18
56	4	3	3	4	4	3	21
57	3	4	4	2	3	2	18
58	3	4	1	3	3	2	16
59	4	2	2	4	4	5	21
60	3	2	3	3	4	1	16
61	2	2	2	4	4	2	16
62	3	2	2	2	3	1	13
63	2	2	2	2	3	2	13
64	3	1	1	1	2	1	9
65	4	3	3	4	3	3	20
66	5	4	3	3	4	3	22

4. Hasil Angket Variabel Religiusitas (Z)

	Z						
Responden	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	TOTAL
1	3	3	4	3	3	3	19
2	3	3	3	4	4	3	20
3	4	4	3	4	4	3	22
4	5	4	4	3	4	4	24
5	4	5	4	5	5	5	28
6	5	4	4	4	4	4	25
7	4	5	5	4	5	5	28
8	5	4	4	5	4	5	27
9	4	4	4	5	4	4	25
10	4	4	4	4	4	3	23
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	5	4	29
13	4	4	4	5	5	5	27
14	4	5	5	4	5	5	28
15	4	5	5	4	4	4	26
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	4	4	28
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24

20	4	5	5	5	5	4	28
21	4	4	4	4	5	4	25
22	4	4	4	4	4	5	25
23	4	5	4	4	4	4	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	4	4	5	4	26
26	4	4	5	5	4	5	27
27	4	5	3	5	5	5	27
28	5	4	4	5	4	4	26
29	5	5	4	4	4	4	26
30	4	4	4	4	4	5	25
31	5	5	4	4	4	4	26
32	4	4	4	4	5	4	25
33	5	4	4	4	5	4	26
34	4	4	5	5	4	5	27
35	5	5	5	3	4	4	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	4	4	4	5	5	27
39	5	4	4	4	4	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	5	4	4	25
43	3	5	5	4	4	4	25
44	4	4	4	4	4	2	22
45	4	4	4	4	3	5	24
46	4	4	4	5	4	5	26
47	5	5	5	4	4	3	26
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	4	4	3	26
50	4	4	5	5	5	5	28
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	4	4	5	5	4	27
53	4	5	4	5	2	3	23

54	5	4	5	4	4	4	26
55	5	4	4	4	4	4	25
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	2	22
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	5	4	4	4	4	25
60	5	4	5	4	5	4	27
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	5	5	26
63	5	5	4	5	4	5	28
64	5	5	4	4	4	4	26
65	4	5	5	5	4	5	28
66	4	5	5	5	5	5	29

LAMPIRAN 5

1. Hasil Uji Validitas *Trend Fashion* (X1)

		Correlations						
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	TrendFashion
Item1	Pearson Correlation	1	.305*	.405**	.332**	.386**	.338**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.013	.001	.006	.001	.005	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item2	Pearson Correlation	.305*	1	.358**	.117	-.033	.369**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.013		.003	.349	.795	.002	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item3	Pearson Correlation	.405**	.358**	1	.206	.309*	.239	.685**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.097	.012	.054	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item4	Pearson Correlation	.332**	.117	.206	1	.191	.412**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.006	.349	.097		.125	.001	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item5	Pearson Correlation	.386**	-.033	.309*	.191	1	.058	.472**
	Sig. (2-tailed)	.001	.795	.012	.125		.642	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item6	Pearson Correlation	.338**	.369**	.239	.412**	.058	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.054	.001	.642		.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
TrendFashion	Pearson Correlation	.760**	.601**	.685**	.565**	.472**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2)

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Total	
Item1	Pearson		1	.386**	.262*	.328**	.207	.655**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)			.001	.034	.007	.096	.000
	N		66	66	66	66	66	66
Item2	Pearson		.386**	1	-.046	.261*	.278*	.612**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.001		.712	.034	.024	.000
	N		66	66	66	66	66	66
Item3	Pearson		.262*	-.046	1	.366**	.199	.514**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.034	.712		.003	.109	.000
	N		66	66	66	66	66	66
Item4	Pearson		.328**	.261*	.366**	1	.538**	.765**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.007	.034	.003		.000	.000
	N		66	66	66	66	66	66
Item5	Pearson		.207	.278*	.199	.538**	1	.698**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.096	.024	.109	.000		.000
	N		66	66	66	66	66	66
Total	Pearson		.655**	.612**	.514**	.765**	.698**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	
	N		66	66	66	66	66	66

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	KeputusanPembelian
Item1	Pearson	1	.283*	.319**	.410**	.519**	.497**	.685**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.021	.009	.001	.000	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item2	Pearson	.283*	1	.344**	.572**	.235	.442**	.660**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.021		.005	.000	.058	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item3	Pearson	.319**	.344**	1	.487**	.391**	.436**	.661**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.009	.005		.000	.001	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item4	Pearson	.410**	.572**	.487**	1	.625**	.658**	.843**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item5	Pearson	.519**	.235	.391**	.625**	1	.622**	.754**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.001	.000		.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item6	Pearson	.497**	.442**	.436**	.658**	.622**	1	.832**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
KeputusanPembelian	Pearson	.685**	.660**	.661**	.843**	.754**	.832**	1
	Correlation							

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	66	66	66	66	66	66	66

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Religiusitas (Z)

		Correlations						
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Religiusitas
Item1	Pearson Correlation	1	.280*	.199	.058	.196	.067	.482**
	Sig. (2-tailed)		.023	.110	.644	.115	.594	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item2	Pearson Correlation	.280*	1	.476**	.265*	.142	.188	.625**
	Sig. (2-tailed)	.023		.000	.031	.255	.131	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item3	Pearson Correlation	.199	.476**	1	.173	.199	.215	.603**
	Sig. (2-tailed)	.110	.000		.164	.110	.083	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item4	Pearson Correlation	.058	.265*	.173	1	.222	.401**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.644	.031	.164		.073	.001	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item5	Pearson Correlation	.196	.142	.199	.222	1	.391**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.115	.255	.110	.073		.001	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Item6	Pearson Correlation	.067	.188	.215	.401**	.391**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.594	.131	.083	.001	.001		.000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Religiusitas	Pearson Correlation	.482**	.625**	.603**	.589**	.610**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

1. Hasil Uji Reliabilitas *Trend Fashion* (X1)

N of Items	
Cronbach'sAlpha	
.690	6

2. Hasil Uji Reliabilitas *Gaya Hidup* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach'sAlpha	N of Items
.655	5

3. Hasil Uji Reliabilitas *Keputusan Pembelian* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach'sAlpha	N of Items
.832	6

4. Hasil Uji Reliabilitas *Religiusitas* (Z)

Cronbach'sAlpha	N of Items
.640	6

LAMPIRAN 7

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1	66	20	30	27,27	2,428	5,894
X2	66	16	29	23,21	2,917	8,508
Y	66	9	29	19,30	4,239	17,968
Z	66	19	30	25,41	2,053	4,215
Valid N (listwise)	66					

LAMPIRAN 8

1. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25,4090909
	Std. Deviation	,19708254
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.071
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 9

1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.065	9.148		.663	.510		
	Trend Fashion	.318	.204	.182	1.555	.125	.990	1.010
	Gaya Hidup	.477	.173	.322	2.750	.008	.990	1.010
	Religiusitas	-.176	.241	-.085	-.727	.470	.992	1.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 10

1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

				Correlations			
				Trend Fashion	Gaya Hidup	Religiusitas	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Trend Fashion	Correlation		1.000	.062	-.090	.007
		Coefficient					
		Sig. (2-tailed)		.	.619	.470	.955
		N		66	66	66	66
	Gaya Hidup	Correlation		.062	1.000	-.041	.036
		Coefficient					
		Sig. (2-tailed)		.619	.	.742	.773
		N		66	66	66	66
	Religiusitas	Correlation		-.090	-.041	1.000	-.040
		Coefficient					
		Sig. (2-tailed)		.470	.742	.	.751
		N		66	66	66	66
Unstandardized Residual	Correlation		.007	.036	-.040	1.000	
	Coefficient						
	Sig. (2-tailed)		.955	.773	.751	.	
	N		66	66	66	66	

LAMPIRAN 11

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.206	6.226		.194	.847
Trend fashion	.327	.203	.187	1.608	.113
Gaya hidup	.485	.172	.327	2.812	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 12

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t Persamaan 2

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.155	5.838		1.568	.122
Trend Fashion	.372	.213	.213	1.745	.086

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi

Persamaan 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.213 ^a	.045	.030	4.174

a. Predictors: (Constant), Trend Fashion

**Hasil Uji t
Persamaan 2**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.439	5.857		1.612	.112
Trend Fashion	.566	.307	.324	1.847	.069
Trend Fashion*Religiusitas	-.008	.009	-.155	-.884	.380

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi

Persamaan 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.239 ^a	.057	.027	4.181

a. Predictors: (Constant), Moderasi1, Trend Fashion

**Hasil Uji t
Persamaan 3**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.702	3.333		2.911	.005
Gaya Hidup	.507	.174	.342	2.913	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi

Persamaan 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 ^a	.117	.103	4.014

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

**Hasil Uji t
Persamaan 3
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.812	3.345		2.934	.005
Gaya Hidup	.754	.353	.510	2.139	.036
Gaya Hidup*Religiusitas	-.010	.012	-.193	-.809	.422

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Koefisien Determinasi

**Persamaan 3
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 ^a	.126	.098	4.025

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup*Religiusitas, Gaya Hidup

LAMPIRAN 13









**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1404 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

13 Mei 2022

Yth. Bapak/Ibu;

1. Muhammad Isa : Pembimbing I
2. Zulaika Matondang : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Asrani Panggabean
NIM : 1940200159
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihltang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2918 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2023

April 2023

Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Yth. Sdr. Asrani Panggabean

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyahuti surat permohonan izin penelitian Saudari tanggal 10 April 2023 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Asrani Panggabean
NIM : 1940200159
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating".

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 3931 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/07/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Abdul Nasser Hasibuan
NIP : 19790525 200604 1 004
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Menerangkan bahwa;

Nama : Asrani Panggabean
NIM : 1940200159
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada tanggal 20 April 2023 s.d 30 Juni 2023 dengan judul **“Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating”**.

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, 17 Juli 2023
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.