

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH *RELIGIUSITAS*, PERSEPSI HARGA, *TREND* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SYAR'I (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)

TESIS

*Diajukan Sebagai salah satu syarat guna memperoleh
Gelara Magister Ekonomi (ME)
pada Program Studi Ekonomi Syariah*



ARDILLA CINTIA
NIM: 22290324687

**PROGRAM PASCASARJANA EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1445 H /2024 M**



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA

كلية الدراسات العليا

THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Induk Mahasiswa
 Akademik

: ARDILLA CINTIA
 : 22290324687
 : M.E. (Magister Ekonomi Syariah)
 : PENGARUH RELIGIUSITAS, PERSEPSI HARGA, TREND,
 DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
 PAKAIAN SYAR'I (STUDI PADA MASYARAKAT MUSLIM
 KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU)

Tim Penguji:

Dr. Herlinda, MA.
 Penguji I/Ketua

Dr. Perisi Nopel, M.Pd.
 Penguji II/Sekretaris

Prof. Dr. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, AK, AC.
 Penguji III

Dr. Yenni Kurniawati, M.Si
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan

19/04/2024



Dr. Hj. Julina, SE., M.Si
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudari
Ardilla Cintia

Kepada Yth
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 di-
 Pekanbaru

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengkoreksi dan mengada perbaikan terhadap isi tesis saudara :

Nama	: Ardilla Cintia
NIM	: 22290324687
Program Studi	: S2 Ekonomi Syari'ah
Judul	: Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 19 Maret 2024
 Pembimbing I (Utama),

Dr. Hj. Julina, SE., M.Si
 NIP. 197307221999032001

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Cipta, dilindungi Undang-Undang

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



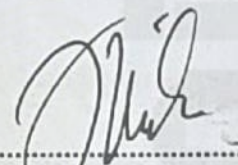
PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku tim pembimbing tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa tesis yang berjudul : **Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakuan Syar'i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)** yang ditulis oleh :

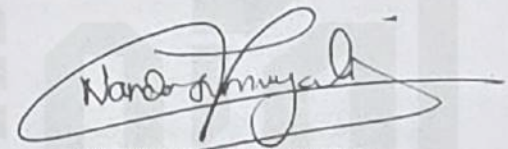
Nama : Ardilla Cintia
 NIM : 22290324687
 Tempat/Tgl Lahir : Bengkalis, 2 Oktober 2000
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta siap untuk diujikan pada **Ujian Munaqasah Tesis**.


Pembimbing Utama,
Dr. Hj. Julina, SE., M.Si
NIP. 197307221999032001


 Tgl : 19 Maret 2024

Pembimbing Pendamping
Dr. Nanda Suryadi, SE., ME
NIP. 198611012023211007


 Tgl : 19 Maret 2024

Mengetahui
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Herlinda, MA
NIP. 196404102014112001

- Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
1. Dilarang memperjualbelikan atau sebagian atau seluruh karya tulis ini kepada pihak lain tanpa menandatangani dan menandatangani sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul: **Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'I (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)** yang ditulis oleh:

Nama : Ardilla Cintia
Nim : 22290324687
Program Studi : S2 Ekonomi Syariah

Telah diujikan dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Pascasarjana Sultan Syarif Kasim Riau, pada tanggal 19 April 2024

Penguji I,
Prof. Dr. Leny Nofianti, M.Si. Ak
NIP. 1975112 199903 2 001

Penguji II,
Dr. Yenni Kurniawati, M.Si
NIP. 19740612 200801 2 018

Mengetahui,
Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Herlida, MA
NIP. 19640410 201411 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi dari naskah ini tanpa izin penulisan. Penyalinan atau penjiplakan hanya untuk keperluan pribadi, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ardilla Cintia
 Tempat/Tgl Lahir : Bengkalis, 2 Oktober 2000
 NIM : 22290324687
 Program Studi : Ekonomi Syari'ah
 Fakultas / Universitas : Pascasarjana/UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Judul : Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Penulisan Tesis sebagaimana judul diatas adalah hasil dari pemikiran dan karya saya sendiri.
2. Semua kutipan karya saya ini sudah dibuktikan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari penulisan Tesis ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku,

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 19 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



ARDILLA CINTIA
NIM. 22290324687

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang, kemudahan dan segala anugerah-Nya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh *Religiusitas*, Persepsi Harga, *Trend* Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar’i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta segenap keluarga dan para sahabat.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU). Mengingat banyaknya jasa dari semua pihak yang telah membantu, penulis menyampaikan terima kasih antara lain kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang, Ayahanda Abdul Rahman, S.H dan Ibunda Sulastri, A, Ma yang telah memberikan do’a dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis, baik dukungan moril maupun materil sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor UIN SUSKA RIAU beserta Staf dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu di UIN SUSKA RIAU.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA selaku Direktur Pascasarjana UIN SUSKA RIAU beserta staf dan jajarannya.
4. Ibu Dr. Herlinda, M.A selaku Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan Pascasarjana UIN SUSKA RIAU.
5. Ibu Dr. Hj Julina, SE. M.Si selaku Pembimbing I dan Dr. Nanda Suryadi, SE, ME selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktunya dan membantu penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Seluruh Dosen Program Studi S2 Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
 7. Responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis selama proses penelitian berlangsung.
 8. Teman-teman Prodi S2 Ekonomi Syariah dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
- Penulis menyadari bahwa tesis ini masih kurang dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhirnya penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menambah khazanah ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dimasa yang akan datang. Aamiin

Pekanbaru, 28 Mei 2024

Peneliti

ARDILLA CINTIA

NIM: 22290324687



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Istilah.....	10
C. Permasalahan Penelitian	11
1. Identifikasi Masalah	11
2. Batasan Masalah.....	12
3. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1. Tujuan Penelitian	13
2. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORITIS	17
A. Kajian Teori	17
1. Perilaku Konsumen	17
2. Pakaian Syar'i	27
3. Keputusan Pembelian.....	33
4. <i>Religiusitas</i>	37
5. Persepsi Harga.....	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. <i>Trend</i>	43
7. Gaya Hidup	45
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Berpikir.....	52
D. Pengembangan Hipotesis	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A. Jenis Penelitian	57
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	58
C. Populasi dan Sampel.....	58
1. Populasi	58
2. Sampel.....	59
D. Sumber Data	60
E. Konsep Operasional Variabel.	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	65
G. Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	73
1. Sejarah Wilayah Kecamatan Tampan menjadi Kecamatan Binawidya	73
2. Kondisi Geografis	75
3. Kondisi Demografi.....	77
B. Penyebaran Kuesioner	79
C. Identitas Responden.....	80
1. Responden Menurut Alamat	80
2. Responden Menurut Umur.....	81



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir	82
4. Responden Menurut Pekerjaan	82
5. Responden Menurut Pendapatan.....	83
6. Responden Menurut Intensitas Pembelian	84
D. Deskripsi Variabel	84
1. <i>Religiusitas</i> (X1)	84
2. Persepsi Harga (X2)	87
3. <i>Trend</i> (X3).....	89
4. Gaya Hidup (X4).....	91
5. Keputusan Pembelian (Y)	93
E. Analisis Partial Least Square (PLS).....	95
1. Pengujian Kualitas Data Melalui Penilaian Outer Model (Measurement Model)	95
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner model).....	101
F. Pembahasan	105
1. Pengaruh <i>Religiusitas</i> terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i	106
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i	110
3. Pengaruh <i>Trend</i> terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i....	112
4. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i	115
BAB V PENUTUP.....	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	122



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Penduduk Berdasarkan Agama di Kecamatan Tampan	3
Tabel 3.1 Konsep Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas	70
Tabel 3.3 Parameter Uji Realiabilitas	71
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Binawidya	78
Tabel 4.2 Banyaknya Penduduk Kecamatan Binawidya dirinci menurut kelompok Umur Tahun 2022	79
Tabel 4 3 Hasil Pengumpulan data melalui kuesioner	80
Tabel 4 4 Identitas Responden menurut Alamat	81
Tabel 4.5 Identitas Responden menurut Umur	81
Tabel 4.6 Identitas Responden menurut Pendidikan.....	82
Tabel 4.7 Identitas Responden menurut Pekerjaan	83
Tabel 4.8 Identitas Responden Menurut Pendapatan	83
Tabel 4.9 Responden menurut Intensitas Pembelian	84
Tabel 4 10 Skor Angket Variabel <i>Religiusitas</i> (X1)	85
Tabel 4.11 Skor Angket Variabel Persepsi Harga (X2).....	87
Tabel 4 12 Skor Angket Variabel <i>Trend</i> (X3)	89
Tabel 4.13 Skor Angket Variabel Gaya Hidup (X4).....	91
Tabel 4.14 Skor Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)	93
Tabel 4.15 Data Hasil Outer Loading (Measurent Model)	96
Tabel 4.16 Average Variance Extracted (AVE)	97
Tabel 4.17 Data Hasil Cross Loading	98
Tabel 4.18 Data Hasil Fornell Larckel Criterion	99
Tabel 4.19 Data Hasil Chronbach Alpha dan Composite Reliability	100
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i>	102
Tabel 4.21 Data Hasil Pengujian Hipotesis	102
Tabel 4.22 Nilai <i>F-Square</i>	104

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Tabel 4.23 Nilai <i>Q-Square</i>	105



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pemeluk agama di kota Pekanbaru	2
Gambar 2.1 Pakaian Syar'i	29
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	52
Gambar 4.1 Peta Kecamatan Binawidya	76
Gambar 4.2 Perbandingan Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Binawidya 2022	77
Gambar 4.3 Outer Model (Measurement Model)	96
Gambar 4.4 Model Struktural (Inner Model)	101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
ك	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
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	`	koma terbalik (di atas)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ج	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

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	a
ي	Kasrah	i	i
و	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	kataba
فَعَلَ	fa`ala
سُئِلَ	suila
كَيْفَ	kaifa
حَوْلَ	hauila

C. Maddah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
طَلْحَةَ	talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ	nazzala
الْبِرِّ	al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- سَيِّئٌ syai'un



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

النَّوْءُ	an-nau'u
إِنَّ	inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *religiusitas*, persepsi harga, *trend*, dan gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena data dalam penelitian ini berupa angka-angka dan analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Sampel sebanyak 150 responden menggunakan teknik accidental sampling. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS dengan software SmartPLS.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa *Religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *Trend* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F-Square menyatakan bahwa variabel babas yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i di kalangan masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ialah variabel *Religiusitas*.

Kata Kunci : *Religiusitas, Persepsi Harga, Trend, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Pakaian Syar'i*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of religiosity, price perceptions, trends and lifestyle on the decision to purchase Sharia clothing in the Muslim community in Tampan District, Pekanbaru City. The method used in this research is quantitative because the data in this research is in the form of numbers and analysis. The population in this research is the Muslim community of Tampan District, Pekanbaru City. A sample of 150 respondents used accidental sampling technique. Meanwhile, the data analysis technique used is SEM-PLS with SmartPLS software.

Based on the test results, it was found that Religiosity had a significant influence on purchasing decisions, Price Perception had a significant influence on purchasing decisions, Trend had a significant influence on purchasing decisions, while Lifestyle had no influence on purchasing decisions. The results of the F-Square test state that the most dominant variable influencing the decision to purchase Sharia clothing among the Muslim community in Tampan District, Pekanbaru City is the Religiosity variable.

Keywords : *Religiosity, Price Perception, Trend, Lifestyle, Purchasing Decisions, Sharia Clothing*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ملخص

الدراسة الحالية تهدف إلى فهم تأثير التدين، وإدراك السعر، والاتجاهات، ونمط الحياة على قرار شراء الملابس الشرعية لدى سكان المسلمين في منطقة تمبان بمدينة بيكانبارو. الأسلوب المستخدم في هذه الدراسة هو الطريقة الكمية نظرًا لأن البيانات في هذه الدراسة تأتي على شكل أرقام وتحليل. السكان في هذه الدراسة هم سكان المسلمين في منطقة تمبان بمدينة بيكانبارو. تم استخدام عينة عشوائية لـ ١٥٠ مستجيبًا في هذه الدراسة. بينما تم استخدام تقنية تحليل البيانات SEM-PLS باستخدام برنامج SmartPLS.

بناءً على نتائج الاختبار، تبين أن التدين يؤثر بشكل كبير على قرار الشراء، وإدراك السعر يؤثر بشكل كبير على قرار الشراء، والاتجاهات تؤثر بشكل كبير على قرار الشراء، بينما نمط الحياة لا يؤثر على قرار الشراء. كما تشير نتائج اختبار F-Square إلى أن المتغير المستقل الأكثر تأثيرًا على قرار شراء الملابس الشرعية بين سكان المسلمين في منطقة تمبان بمدينة بيكانبارو هو متغير التدين.

الكلمات الدالة: التدين، إدراك السعر، الاتجاهات، نمط الحياة، قرار الشراء، الملابس الشرعية

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

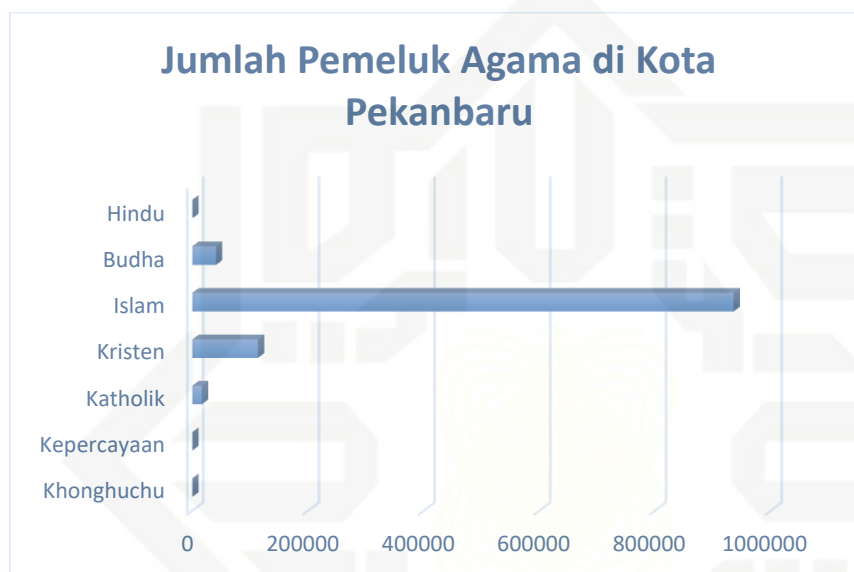
A. Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal global. Menurut Global Religious Futures tahun 2018, pada tahun 2010 penduduk Muslim Indonesia mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi Indonesia. Jumlah ini diperkirakan akan meningkat menjadi 229,62 juta jiwa pada tahun 2020 (Katadata, 2020). Potensi ini juga terlihat dari jumlah penduduk Muslim dunia pada tahun 2010 yang mencapai 1,6 miliar jiwa atau sekitar 23% dari total populasi dunia. Berdasarkan Pew Research Center (2016) (Katadata,2020), proyeksi pertumbuhan populasi Muslim sangat pesat dan dianggap sebagai kelompok agama dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Riset tersebut menyebutkan bahwa hingga tahun 2050, populasi umat Muslim diprediksi akan terus tumbuh hingga mencapai 75%, hampir dua kali lipat dibandingkan pertumbuhan populasi dunia secara keseluruhan yang diperkirakan hanya mencapai 35%. Sehingga dalam keberagaman praktik keagamaan di berbagai negara menunjukkan adaptasi ini, dan salah satu aspek yang sangat menonjol adalah aturan yang sesuai dengan syariat Islam.

Provinsi Riau, yang terletak di bagian tengah Pulau Sumatera, dikenal sebagai salah satu provinsi dengan mayoritas penduduk Muslim. Budaya dan tradisi Islam sangat kental di wilayah ini, sehingga banyak aspek

kehidupan masyarakatnya dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam. Pekanbaru merupakan ibu kota provinsi Riau sekaligus kabupaten/kota yang memiliki populasi penduduk terbesar yakni sebanyak 1.163.246 jiwa dan hampir 90% masyarakatnya merupakan penganut agama Islam.

Gambar 1 1 Data pemeluk agama dikota Pekanbaru



Sumber : Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Pekanbaru(2022)

Berdasarkan data grafik diatas, jumlah penduduk pemeluk agama di Kota Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penduduk Kota Pekanbaru adalah pemeluk agama Islam, dengan jumlah sebanyak 936.018 orang. Dominasi Islam ini mencerminkan pengaruh besar agama ini dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat Kota Pekanbaru. Meskipun demikian, keberagaman agama tetap hadir dengan adanya pemeluk agama Kristen sebanyak 113.417 orang, Budha 40.966 orang, Katholik 16.557 orang, kepercayaan lokal 81 orang, Hindu 53 orang, dan Khonghuchu 35 orang. Selanjutnya, Kecamatan Tampan sebagai kecamatan terluas sebesar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.872 Km² dan memiliki penduduk terbanyak di kota Pekanbaru yaitu berjumlah 175.741 jiwa, keberagaman pemeluk agama pada kecamatan Tampan bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 1 Penduduk Berdasarkan Agama di Kecamatan Tampan

No	Agama	Jumlah Pemeluk	Presentase
1	Islam	163.757	93,18%
2	Katolik	2.267	1,29%
3	Protestan	9628	5,48%
4	Hindu	89	0,05%
5	Budha	839	0,48%
Total		175.741	100%

Sumber Data : Kantor Kecamatan Tampan, 2020

Tabel di atas menampilkan distribusi agama di Kecamatan Tampan, Pekanbaru, pada tahun 2020. Data tersebut menunjukkan jumlah pemeluk agama yang terbagi dalam lima kategori utama, yaitu Islam, Katolik, Protestan, Hindu, dan Budha. Mayoritas penduduk Kecamatan Tampan memeluk agama Islam, dengan jumlah mencapai 163.757 orang atau sekitar 93,18% dari total populasi. Sementara itu, persentase minoritas agama seperti Katolik, Protestan, Hindu, dan Budha memiliki kontribusi yang lebih kecil, masing-masing 1,29%, 5,48%, 0,05%, dan 0,48%. Total keseluruhan pemeluk agama mencapai 175.741 orang, yang mencerminkan keragaman agama dalam masyarakat Kecamatan Tampan.

Penelitian ini perlu dilakukan di Kecamatan Tampan, Pekanbaru, karena wilayah ini memiliki karakteristik demografis dan kultural untuk mengkaji secara mendalam tentang praktik keagamaan, termasuk pemahaman dan implementasi ajaran Islam. Dengan populasi yang



mayoritas Muslim, mencapai 93,18%, serta konteks budaya dan sosial yang kuat dalam pengaruh Islam, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang islam yang mengajarkan pemuliaan terhadap kaum wanita, memandang mereka sebagai simbol keindahan, keanggunan, dan kemewahan, namun sekaligus mewajibkan penutupan aurat sebagai cara untuk melindungi mereka.

Islam begitu memuliakan dan menyanjung kaum wanita. Wanita disandingkan dengan wewangian dan perhiasan yang identik dengan keindahan, keanggunan dan kemewahan. Mengenai kecantikan Islam mewajibkan kaum hawa untuk menutup aurat. Aurat merupakan hal yang dapat menimbulkan birahi/syahwat sehingga harus ditutup dan dipelihara agar tidak mengganggu dan menimbulkan kemurkaan. Dalam Al-Quran pembahasan menutup aurat perempuan secara garis besar diantaranya dibahas dalam ayat Al-Qur'an yakni QS. Al-Ahzab [33]:59 berikut ini:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ٥٩

Artinya : “59. Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Para ulama membedakan aurat antara wanita dan pria. Secara umum, mayoritas ulama berpendapat bahwa pria harus menutup bagian tubuh antara pusar dan lutut. Sementara itu, untuk wanita, mayoritas ulama fikih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



berpendapat bahwa wajah dan telapak tangan tidak termasuk aurat. Pendapat ini dianut oleh beberapa mazhab, termasuk Imam Malik, Ibn Hazm dari golongan Zhahiriyyah, sebagian Syi'ah Zaidiyah, Imam Syafi'i dan Imam Ahmad dalam riwayat yang masyhur, Hanafiyah, serta Syi'ah Imamiyah dalam satu riwayat, dan sahabat Nabi (Yati, 2023).

Busana muslim sebagai busana yang tidak terpisahkan dari umat muslim, kini telah menjadi pakaian yang lumrah untuk masyarakat Indonesia. Busana muslim merupakan salah satu kebutuhan pakaian manusia. Tidak hanya kebutuhan yang muncul, pencarian pakaian juga telah menjadi gaya hidup, bahkan hobi sampingan. Status sosial, kelas, suku, bahkan karakter seseorang dapat tersampaikan melalui pakaiannya. Faktanya, dalam beberapa tahun terakhir, busana muslim baik untuk kalangan laki-laki atau perempuan di Indonesia bermunculan dengan berbagai model serta gaya yang selalu inovatif. (Mustiah, 2023) Perkembangan tersebut menciptakan banyak ragam pakaian yang berlabel syar'i. Tujuannya untuk memberikan identitas tersendiri terhadap busana-busana yang digunakan oleh umat Islam. Banyaknya model pakaian muslim di kalangan laki-laki maupun perempuan seperti baju koko, kurta, sirwal, jalabiyya, gamis, tunik, kaftan, abaya, menjadi salah satu dampak dari perkembangan fashion muslim di Indonesia. (Maha, 2021) Dapat kita pahami bahwa fashion yang memiliki label syar'i merupakan inovasi untuk merespon perkembangan jaman sebagai umat muslim yang taat namun tidak acuh terhadap syariat islam.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pakaian syar'i adalah manifestasi dari kepatuhan Muslim terhadap ajaran Islam, khususnya dalam hal menutup aurat. Dirancang untuk memenuhi pedoman syariat, pakaian syar'i tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh tetapi juga sebagai cerminan identitas keagamaan dan moralitas pemakainya. Di Indonesia, semakin banyak Muslimah yang memilih pakaian syar'i sebagai bagian dari gaya hidup dan komitmen religius mereka. Pilihan ini sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti religiusitas, persepsi harga, tren, dan gaya hidup, yang saling berinteraksi dalam menentukan keputusan pembelian.

Religiusitas, atau tingkat keimanan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran agamanya, memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan berpakaian. Religiusitas adalah suatu simbol sistem keyakinan, nilai, dan perilaku yang memusatkan berbagai persoalan-persoalan duniawi yang keseluruhan maknanya disimpulkan dalam suatu keyakinan hakiki. Seseorang dengan tingkat keyakinan yang tinggi akan mengubah perilakunya sesuai dengan ajaran agama dalam bersosialisasi dengan masyarakat sekitar (Miatun, 2020). Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih pakaian yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk pakaian syar'i. Bagi banyak Muslimah, keputusan untuk mengenakan pakaian syar'i bukan sekadar pilihan mode, tetapi juga representasi dari ketaatan dan komitmen spiritual mereka.

Selain religiusitas, persepsi harga juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Harga adalah jumlah uang yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



harus dibayar untuk satu unit barang atau jasa. Sebagai tambahan para ahli ekonomi sering kali mengartikan harga dalam pengertian yang luas untuk menunjukkan apa saja uang maupun barang yang harus dibayarkan (Sutiretna, 1995). Dalam konteks pakaian syar'i, harga yang dianggap wajar dan terjangkau dapat meningkatkan minat pembelian. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi mungkin menjadi penghalang bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan spiritual mereka melalui busana syar'i. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana konsumen Muslim persepsikan harga pakaian syar'i menjadi penting bagi produsen dan penjual dalam menentukan strategi harga.

Tidak kalah pentingnya adalah pengaruh tren fashion terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Keputusan pembelian produk juga dipengaruhi salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi pembelian produk fashion adalah trend fashion di lingkungannya yang mendorong konsumen mengikuti gaya yang sedang trend (Yolanda, 2019). Dalam beberapa tahun terakhir, pakaian syar'i telah mengalami transformasi dengan memasukkan elemen-elemen modern dan tren terkini tanpa meninggalkan kaidah-kaidah syariat. Hal ini membuat pakaian syar'i semakin populer, terutama di kalangan generasi muda Muslim yang ingin tetap tampil modis sambil menjalankan nilai-nilai religius mereka. Tren fashion ini menciptakan dinamika baru dalam pasar pakaian syar'i.

Gaya hidup seseorang juga mencerminkan nilai-nilai, sikap, dan kebiasaan sehari-hari yang mempengaruhi berbagai keputusan, termasuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dalam hal berpakaian. Gaya hidup juga merupakan pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, miniat dan opininya (Kotler & Keller, 2012). Gaya hidup yang Islami mendorong individu untuk memilih pakaian yang tidak hanya nyaman dan fungsional tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Bagi banyak Muslimah, pakaian syar'i merupakan bagian integral dari gaya hidup yang mengedepankan kesederhanaan, kepatuhan, dan identitas religius. Pilihan gaya hidup ini mempengaruhi bagaimana mereka memilih dan membeli pakaian syar'i.

Keputusan pembelian merupakan suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan yang ada (Nadiya & Wahyuningsih, 2020). Dalam konteks pakaian syar'i, keputusan pembelian dipengaruhi oleh tingkat religiusitas, persepsi harga, tren, dan gaya hidup. Dalam penelitian ini masyarakat muslim di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang akan menunjukkan dinamika ini. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka dapat memberikan wawasan berharga bagi industri fashion syar'i khususya di Kota Pekanbaru.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi hubungan antara religiusitas, persepsi harga, tren, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan (Pardede, dkk, 2023) menunjukkan secara parsial variabel trend fashion berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kemudian variabel harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Selanjutnya, terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Denilaroza, dkk., 2023) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil Observasi yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa beberapa masyarakat Muslim di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru memiliki minat yang tinggi terhadap pakaian syar'i. Banyak di antara mereka yang menganggap pakaian syar'i sebagai bagian dari identitas dan ekspresi religiusitas mereka. Selain itu, faktor harga dan tren juga terlihat memainkan peran penting dalam keputusan pembelian mereka. Gaya hidup yang semakin Islami di kalangan generasi muda turut mendorong peningkatan permintaan akan pakaian syar'i yang modis dan terjangkau. Observasi ini memberikan gambaran awal tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i di wilayah ini.

Berdasarkan latar belakang ini, dapat diketahui adanya peningkatan kesadaran dan minat masyarakat Muslim terhadap pakaian syar'i di Indonesia, khususnya di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini berdasarkan tingkat religiusitas, persepsi harga, trend, dan gaya hidup pada keputusan pembelian pakaian syar'i. Sehingga, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Novelty dari penelitian ini terletak pada fokusnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i, khususnya dampak religiusitas, persepsi harga, tren, dan gaya hidup terhadap pilihan pembelian pakaian syar'i. Studi ini menggabungkan analisis komprehensif mengenai faktor-faktor tersebut dan keterkaitannya dalam membentuk perilaku konsumen di pasar *fashion* muslim, sehingga memberikan wawasan berharga bagi para pemasar dan bisnis yang beroperasi di sektor ini. Penelitian ini tidak hanya menambah pengetahuan yang ada mengenai perilaku konsumen di industri *fashion* muslim, namun juga menawarkan pendekatan terstruktur untuk memahami dinamika kompleks yang mempengaruhi keputusan pembelian di segmen pasar.

B. Definisi Istilah

Sebagai upaya untuk memperoleh gambaran tentang substansi dari penelitian ini, maka penulis menjelaskan beberapa definisi istilah antara lain sebagai berikut :

1. *Religiusitas* adalah ajaran, nilai dan etika agama yang diinternalisasikan, diyakini, diketahui, dipahami, dimaknai, dan dihayati oleh orang beragama untuk dijadikan komitmen yang wajib dilaksanakan dalam bentuk ibadah, ritual, serta dijalankan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari.¹
2. Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan

¹ Subhan Elhafiz, Yonathan Aditya, Kajian Literature Sistematis Penelitian *Religiusitas* Di Indonesia, Indonesian Journal For The Psychology Of Religion, vol. 1, Januari 2021, h. 9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan untuk membeli suatu penawaran.²

3. *Trend* atau mode merupakan bentuk nominan yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan serta penggunaan jilbab dan sebagainya).³ *Trend* dalam konteks ini merujuk pada arah atau gaya terbaru dalam mode pakaian syar'i yang sedang populer di kalangan masyarakat.
4. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya.⁴
5. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence banyak orang dan prosesnya, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul bahwa produk apa yang ingin dibeli.⁵

C. Permasalahan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi masalah berdasarkan latar belakang di atas adalah :

² Rosyda, *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan contohnya*, <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-harga/> diakses pada 26 oktober 2023

³ Intisari Haryanti, Herry Nurdin, *Trend fashion dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota bima*, jurnal sains dan bisnis Indonesia volume 11 nomor 2 2021, h. 126

⁴ Aldeana Meilani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem, *Pengaruh Religiusitas, Gaya hidup, dan Harga terhadap keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace*, Jurnal kajian ekonomi dan bisnis Vol 4 No 2 (2021), h. 176

⁵ Alma, Buchari, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Belum teridentifikasi secara jelas apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i oleh masyarakat Muslim di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.
- b. Perlu diidentifikasi bagaimana keempat faktor dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i di kalangan masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- c. Perlu untuk diteliti bagaimana informasi, dan inspirasi yang ditemukan di media sosial memengaruhi masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dalam memilih pakaian syar'i.
- d. Perlu adanya identifikasi bagaimana menghadapi tantangan dalam menciptakan desain pakaian syar'i yang sejalan dengan tren mode terkini namun tetap memenuhi persyaratan keagamaan.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi permasalahan ini dengan terfokus pada pengaruh harga, *trend*, gaya hidup, dan *religiusitas* terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Adapun objek penelitian ini adalah Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru?
- b. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru?
- c. Apakah *trend* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru?
- d. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah *religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru
- b. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Untuk mengetahui apakah *trend* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru.
- d. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan kota pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun sebagai manfaat pada penelitian ini bagi para pihak adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Praktis (Operasional)
 - 1) Bagi penulis, penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Ekonomi Syariah sekaligus sebagai wujud pengaplikasian ilmu pengetahuan yang telah di peroleh penulis selama masa perkuliahan.
 - 2) Bagi pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh *religiusita*, persepsi harga, *trend* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian syar'I masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
 - 3) Bagi Pemerintah, penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah wawasan khasanah keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam tatanan yang lebih baik oleh pemerintah dalam mengatur dan memantau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perkembangan industri pakaian syar'i dalam konteks yang berkaitan dengan kajian teori pengaruh *religiusita*, persepsi harga, *trend* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kotta Pekanbaru.

b. Manfaat Teoritis (Akademis)

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ilmu ekonomi syariah terutama dalam hal teori perilaku konsumen dan konsep manajemen pemasaran menurut perspektif ekonomi islam. Kemudian sebagai sumber informasi dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam tentang masalah yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab, sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, defenisi istilah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematikapenulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu teori keputusan pembelian, *religiusita*, persepsi harga, *trend*



dan gaya hidup, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran penelitian dan perumusan hipotesis..

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, konsep operasional variabel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang berisikan tentang deskripsi hasil penelitian dan pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran bagi pihak terkait.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam, konsumen senantiasa dihadapkan pada berbagai pilihan/alternatif. Dengan keterbatasan sumber daya yang ada yaitu berupa uang, waktu, dan tenaga maka konsumen dituntut untuk lebih rasional dalam memutuskan pilihan/alternatif agar tercapai kepuasan maksimum. Tindakan yang diambil oleh konsumen tersebut menurut beberapa ahli dikenal sebagai perilaku konsumen.

Dalam The American Marketing Assosiation, sebagaimana dikutip Nugroho J. Setiadi, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.⁶ Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai, apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli,

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h.



bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Di samping perusahaan para pemasar juga dapat mempelajari adan mencari jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang mereka beli, dimana dan berapa banyak yang mereka beli, tetapi mempelajari mengenai alasan tingkah laku konsumen bukan hal yang mudah, jawabannya seringkali tersembunyi jauh dalam benak konsumen. Sehingga perilaku konsumen dapat diartikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan, barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.⁷

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu. Menurut Engel et adalah tindakan langsung yang terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa, termasuk proses keputusan yang mengikuti dan mendahului tindakan ini. Sedangkan menurut Loudan dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk

⁷ Sri Wegati, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Maliyah: Jurnal Hukum dan Bisnis Islam, vol. 01, No. 01, Juni 2011, h. 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.⁸

Dari pengertian diatas, maka perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁹

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan proses pengambilan keputusan pembelian barang/jasa. Dalam proses tersebut umumnya konsumen dipengaruhi oleh faktor intern dan ekstern. Faktor intern merupakan unsur yang mempengaruhi dari dalam diri konsumen seperti motivasi, persepsi ataupun keyakinan. Sedangkan faktor ekstern berkaitan dengan unsur yang ada diluar diri konsumen misalnya lingkungan keluarga, teman sebaya dan masyarakat. Konsumen yang rasional akan mampu menyeimbangkan antara faktor intern dan faktor ekstern dalam mengambil keputusan pembelian.

Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, utilitas

⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, h. 2

⁹ Sri Wegati, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Maliyah: Jurnal Hukum dan Bisnis Islam, vol. 01, No. 01, Juni 2011, h. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengkonsumsi suatu barang.¹⁰ Pengambilan keputusan didasari dengan berbagai hal baik dari dalam individu maupun dari luar individu konsumen yang mampu memberikan kepuasan yang tertinggi. Menurut Kotler dan Amstrong, perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.¹¹

a. Faktor kebudayaan.

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli. Kultur adalah penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya akan dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Sub-kultur merupakan lebih kecil di banding kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku

¹⁰ Imadudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: LPPI, 2001), h. 21.

¹¹ Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedua belas, (Jakarta::Erlangga, 2008), h.159



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sama.¹²

- b. Faktor sosial.

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa di bedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok rujukan. Kelompok primer terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor sosial yang lain adalah peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contohnya adalah direktur yang memiliki pakaian mahal dan mobil mewah.¹³

- c. Faktor pribadi. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri

¹² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, h. 7

¹³ Ibid, h. 8

pembeli yang bersangkutan.¹⁴ Daur hidup berkaitan dengan siklus hidup seseorang. Tahapantahapan dalam hidup psikologi berhubungan dengan perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidup. Jabatan mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata. Keadaan tertentu ini tidaklah lain adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, harta, dan aktivitas meminjam. Gaya hidup adalah pola hidup yang diekspresikan oleh minat, pendapatan, kegiatan yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologis yang berbea dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.¹⁵

- d. Faktor psikologis. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima lingkungan. Sedang faktor psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan

¹⁴ Ibid, h. 10

¹⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sikap.¹⁶

Selanjutnya mengenai teori perilaku konsumen, Terdapat sejumlah teori yang membahas mengenai perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Basu Swastha dan T.Hani Handoko dalam Rudi Irwansyah et.al, teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen dapat dibedakan menjadi empat bagian, yaitu :¹⁷

- a. Teori Ekonomi Mikro Teori ini dipopulerkan oleh Adam Smith yang menyebutkan bahwa pada prinsipnya segala tindakan manusia didorong oleh kepentingan sendiri. Keputusan pembelian didasari atas hasil perhitungan ekonomis yang rasional dimana setiap pembeli berusaha menggunakan barang-barang yang memberikan kepuasan paling tinggi sesuai selera dan harga relatif.
- b. Teori Psikologis Teori ini didasari oleh faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Perilaku manusia sangat kompleks karena melibatkan proses mental yang tidak dapat dilihat secara langsung. Salah satu teori yang berkembang dalam teori psikologis adalah teori belajar. Teori ini didasarkan atas empat komponen pokok, yaitu dorongan (drive), petunjuk (cue),

¹⁶ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, h. 11

¹⁷ Rudy Irwansyah, et al., *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, (Bandung:Widima Bhakti Persada, 2021), h.4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanggapan (respon) dan penguatan (reinforcement). Bila dikaitkan dengan perilaku konsumen, maka teori ini merujuk pada proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan pembelian barang/jasa.

- c. Teori Sosiologis Teori ini disebut juga dengan teori psikologi sosial. Teori ini lebih menitik beratkan pada hubungan individu dengan lingkungannya. Artinya bahwa perilaku individu tidak dapat berkembang tanpa adanya dukungan dari lingkungan yang ada disekitarnya. Sebab teori ini memandang bahwa manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kultur lingkungannya. Pada teori sosiologis mengarahkan analisa perilaku pada kegiatan-kegiatan kelompok, seperti keluarga, teman kerja dan sebagainya.
- d. Teori Antropologis Teori menekankan pada perilaku pembeli dari suatu kelompok masyarakat dipengaruhi oleh kebudayaan (culture), subculture dan kelas-kelas sosial. Faktor-faktor tersebut berperan dalam pembentukan sikap dan dijadikan sebagai petunjuk dalam kehidupan bermasyarakat.

Pokok-pokok ajaran islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadist serta Ijma' dan Qiyas para ulama telah memberikan batasan yang jelas kepada umat muslim tentang etika berperilaku dalam memenuhi kebutuhan hidup. Islam melarang tindakan yang menghambur-hamburkan harta (israf) atau mubazir. Sebaliknya islam

juga tidak memperbolehkan sifat kikir dan bakhil. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi yang menggunakan harta secara wajar dan berimbang.¹⁸ Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-A'raf ayat 31 :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَكَ مِمَّا عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيۡنَ ؕ

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

Makna yang terkandung dalam ayat di atas ialah Allah SWT telah memerintahkan umat islam agar memakai pakaian yang zinah (pakaian bersih dan indah) ketika memasuki mesjid dan mengerjakan ibadah seperti sholat, thawaf dan lainnya. Pakaian yang zinah artinya pakaian yang baik lagi bersih serta menutup aurat sesuai ketentuan syariat islam. Kualitas berpakaian dalam islam bukan dilihat dari harga dan mereknya namun lebih kepada unsur kemaslahatan yang terkandung dalam pakaian tersebut. Selain itu, ayat ini juga mengatur tentang etika muslim dalam mengkonsumsi makanan dan minuman. Makanan dan minuman yang diperbolehkan dalam islam ialah makanan yang halal lagi baik serta menyehatkan tubuh. Kehalalan makanan dan minuman dapat dilihat dari kandungan bahannya, cara memperoleh serta proses pengolahan makanan dan minuman tersebut.

¹⁸ Euis Amalia dan Nur Rianto, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. (Jakarta: Kencana, 2010), h. 90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya dalam ayat ini, Allah menegaskan bahwa dalam berpakaian dan mengkonsumsi makanan serta minuman hendaknya jangan berlebih-lebihan karena akan menimbulkan kemudharatan bagi diri sendiri dan orang lain. Dengan demikian, ayat ini dapat dijadikan dalil bagi kita sebagai umat muslim dalam mengkonsumsi barang secara keseluruhan.

Perintah larangan berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang juga dapat ditemukan dalam beberapa hadist Rasulullah SAW. Hadist-hadist tersebut antara lain yang Artinya: Dari Abdullah bin Umar r.a. bahwasanya Rasulullah SAW berkata : “Allah tidak akan melihat pada hari kiamat kelak kepada orang yang mengenakan pakaiannya karena sombong.” (HR. Muslim)¹⁹ Hadist di tersebut menunjukkan larangan Nabi SAW kepada umatnya bersikap boros dan berlebihan serta bersikap sombong dan angkuh terhadap apa yang ia miliki, bahkan Allah SWT melaknat orang yang mengenakan pakaian karena kesombongannya di akhirat kelak. Hadist lain yang senada juga diungkapkan melalui riwayat al-Bukhari dari Huzaiifah bahwa Nabi SAW bersabda :

عن حُدَيْفَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: إِنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَانَا عَنِ الْحَرِيرِ وَالذَّبْيَاكِ وَالشُّرْبِ فِي آيَةِ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ، وَقَالَ: هُنَّ لَهُمْ فِي الدُّنْيَا، وَهِيَ لَكُمْ فِي الْآخِرَةِ. متفق عليه.

Artinya : Dari Hudzaifah Nabi SAW pernah bersabda ”Janganlah

¹⁹ Imam Abu Husain Muslim Bin Hajjaj Al Qusairi Naisyaburi, Shaheh Muslim, Juz 2, (Maroko: Darul Fikri, 1414/1993), h.311



kamu minum pada bejana emas dan perak, dan janganlah kamu pakai sutra dan lapisan sutra, karena semua itu untuk mereka selagi didunia sedangkan untuk kamu diakhirat kelak”(HR Muttafaq Alaihi)

Adapun makna yang terkandung dalam hadist tersebut ialah kita tidak dianjurkan hidup bermewah-mewahan dalam menggunakan harta kekayaan sebab kemewahan yang paling hakiki itu akan kita dapatkan di akhirat kelak.

2. Pakaian Syar’i

Syar’i adalah istilah yang diambil dari Bahasa Arab yang berarti sesuai dengan aturan (syari’at) atau hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia meliputi hubungan manusia dengan Allah Swt, hubungan manusia dengan manusia serta hubungan manusia dengan alam sekitar yang didasarkan pada al-Qur’an dan hadis. Jadi pakaian syar’i adalah barang yang digunakan/ dipakai yang sesuai dengan syariat islam.²⁰

Pakaian syar’i adalah pakaian longgar yang menutupi aurat/badan dan tidak menunjukkan lekukan tubuh. Pakaian syar’i yaitu memakai jilbab yang menutupi dada, jadi pada bagian kaki yang umumnya terbuka harus ditambahkan dengan memakai kaos kaki untuk menutupnya secara sempurna. Pakaian syar’i merupakan pakaian yang sudah diatur oleh agama Islam untuk menyembunyikan daya pikat perempuan agar terhindar dari mata dan niatan buruk laki-

²⁰ R. Nurhayati, Nuramalia, Laeli Qadrianti, Nurul Islamiah, Suriyati, *Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah Dalam Berpakaian Syar’i*, Journal of Islamic Education and Social Science, 2002, h. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

laki. Berikut beberapa kriteria pakaian syar'i:²¹

- a. Menutup aurat dengan sempurna
- b. Lebar dan tidak membentuk lekukan tubuh
- c. Tidak tipis dan terawang
- d. Bertabarruj dan berlebih-lebihan

Menurut Quraish Shihab dalam buku *Wanita dalam Konsep Islam Moderniskarya Faisar Ananda Arfa* menguraikan tentang turunnya surat An-Nur dan Al-Ahzab. Menurutnya pada awal Islam di Madinah memakai pakaian yang samadengan wanita umumnya, termasuk wanita susiala atau hamba sahaya. Mereka secara umum, memakai baju dan kerudung bahkan jilbab, namun lebar dan terbuka, memakai kerudung tapi dikebelakangkan. Dalam kondisi seperti itulah, turun surat Al-Ahzab ayat 59 tentang pemakaian jilbab dan ayat An-Nur ayat 31 dengan pakaian atau baju kurung longgar dilengkapi dengan kerudung penutup kepala. Agar dapat membedakan mereka dengan wanita non-muslimah, identitas mereka jelas dan menghindari dari orang-orang usil.²²

Setiap wanita diwajibkan menutup seluruh tubuhnya (kecuali muka dan telapak tangan) dari pandangan laki-laki yang bukan mahram. Mereka tidak dilarang menampakkan zinat (perhiasan) nya kepada beberapa golongan laki-laki (laki-laki yang menjadi mahramnya) dan wanita. Sesungguhnya syari'at jilbab merupakan

²¹ Ibid, h. 26

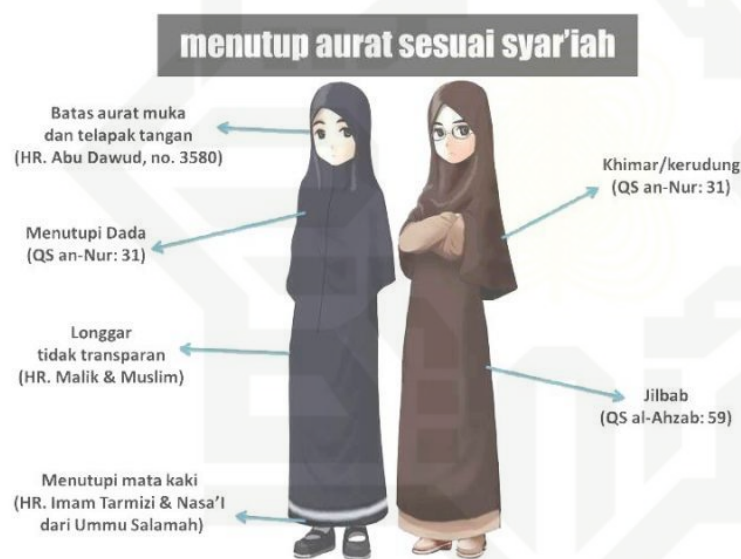
²² Faisar Ananda Arfa, *Wanita dalam Konsep Islam Modernis*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2004), h. 131-132.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

syari'at Islam yang mulia. Tidak satu agama pun yang memuat perintah penutup aurat atau berjilbab seperti yang ada pada Islam. Perintah jilbab adalah perintah yang secara khusus ditujukan untuk memuliakan para muslimah. Dengannya, kehormatan seorang muslimah akan terjaga dengan baik dari segala bentuk bahaya.²³ Adapun ayat-ayat al-Qur'an yang sering dihubungkan dengan hal tersebut adalah: (QS. An-Nur[24]: 31), (QS. al-Ahzab[33]: 33), (al-Ahzab[33]:59).

Gambar 2.1 Pakaian Syar'i



Gambar di atas menunjukkan bagaimana menutup aurat sesuai dengan syari'at. Hal itu juga dikaitkan dengan hadis-hadis tentang kriteria pakaian seperti batas aurat adalah muka dan telapak tangan, pakaian harus longgar dan tidak transparan, pakaian harus menutupi mata kaki si perempuan. Selanjutnya kriteria Jilbab Muslimah yang

²³ Anton Ramdan, *The Miracle of Jilbab: Hikmah Cantik dan Sehat Ilmiah Dibalik Syari'at Jilbab*, (Anton Ramdan: Indonesia, 2014), h. 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuai dengan syari'at dan dikaitkan dengan teks-teks Agama lainnya.²⁴

Terkait dengan cara berpakaian menurut Islam. Adapun kriteria busana muslimah menurut M. Quraish Shihab ketika seorang perempuan keluar dari rumahnya dan berinteraksi dengan laki-laki bukan muhrim, maka perempuan itu harus memperhatikan sopan santun dan tata cara busana muslimah yang harus dikenakan dengan berbagai kriteria yaitu:²⁵

- 1) Menutupi seluruh badan selain bagian yang dikecualikan atau menutup aurat.
- 2) Tidak boleh memakai pakaian yang ketat dan transparan.
- 3) Tidak boleh memakai pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki.
- 4) Tidak boleh Tabarruj.
- 5) Tidak mengundang perhatian laki-laki.

Namun masih banyak yang jauh dari standar syar'ī misalnya :

- 1) Pakaian yang dikenakan terlalu ketat, sehingga lekuk tubuhnya kelihatan.
- 2) Bahan pakaian yang dikenakan terlalu tipis.
- 3) Mengenakan kudung gaul, dan lain sebagainya.

Dalam agama Islam, seorang muslim dan muslimah harus

²⁴ Nurul Afifah, *Pakaian Syar'i, Media, Dan Konstruksi Kesalehan Perempuan*, Sosiologi Reflektif, Volume 13, No. 1, Oktober 2018, h. 56-57

²⁵ M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), h. 250-263



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan pakaian yang terbuat dari bahan halal juga halal cara mendapatkannya serta halal harta yang digunakan untuk mendapatkan pakaian tersebut. Dari Abu Hurairah *radhiallahu 'anhu*, Nabi *Shallallahu 'alaihi Wasallam* bersabda:

أَيُّهَا النَّاسُ، إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا، وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ، فَقَالَ: { يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا، إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ } وَقَالَ: { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ } ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ، يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ، يَا رَبِّ، يَا رَبِّ، وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ، وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ، وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ، وَعُذْيِي بِالْحَرَامِ، فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لِذَلِكَ؟

“Wahai manusia, sesungguhnya Allah itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik. Sesungguhnya apa yang Allah perintahkan kepada orang mukmin itu sama sebagaimana yang diperintahkan kepada para Rasul. Allah Ta’ala berfirman, ‘Wahai para Rasul, makanlah makanan yang baik dan kerjakanlah amalan shalih’ (QS. Al Mu’min: 51). Allah Ta’ala berfirman, ‘Wahai orang-orang yang beriman, makanlah makanan yang baik yang telah Kami berikan kepadamu’ (QS. Al Baqarah: 172).

Lalu Nabi menyebutkan cerita seorang lelaki yang telah menempuh perjalanan panjang, hingga sehingga rambutnya kusut dan berdebu. Ia menengadahkan tangannya ke langit dan berkata: ‘Wahai Rabb-ku.. Wahai Rabb-ku..’ padahal makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, dan ia diberi makan dari yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haram. Bagaimana mungkin doanya dikabulkan?” (HR. Muslim no 1015).

Ibnu Daqiq Al Id *rahimahullah* menjelaskan:

وفيه الحث على الإنفاق من الحلال، والنهي عن الإنفاق من غيره، وأن المأكل والمشروب والملبوس ونحوهما ينبغي أن يكون حلالاً خالصاً لا شبهة فيه

“Dalam hadits ini terdapat motivasi untuk berinfaq dengan harta yang halal. Dan terdapat larangan untuk berinfaq dengan harta yang tidak halal. Dan bahwasanya makanan, minuman serta pakaian hendaknya dari yang halal 100% tidak ada syubhat di dalamnya” (Syarah Al Arba’in An Nawawiyah, hal. 42).

Seorang muslim tidak boleh memakai pakaian yang bernajis maupun terbuat dari bahan yang najis seperti misalnya kulit babi atau anjing. Selain diharamkan, hal tersebut juga dapat membatalkan sholat. Apabila pakaian kita tidak sengaja terkena najis, segeralah dibersihkan atau menggantinya dengan pakaian yang suci sebelum melaksanakan sholat.

Meskipun dalam persoalan ini fashion tidak serumit persoalan makanan namun segala apapun yang kita konsumsi harus dipastikan kehalalannya, begitupun juga dengan fashion juga harus dipastikan bahwasannya bahan bakunya halal atau tidak najis (Muflihini, 2018). Dalam meningkatkan industri halal pemerintah Indonesia melakukan berbagai upaya salah satunya dengan menerbitkan Undang-undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal (Rahayu, 2021). Pada UU tersebut juga dijelaskan bahwasannya yang termasuk dalam produk halal yakni obat-obatan, pangan, dan bahan-bahan gunaannya lainnya, termasuk didalamnya juga terdapat halal fashion. Adapun untuk pengawasan terhadap produk halal yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan bukan lagi di Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika MUI (LPPOM-MUI). Sehingga dengan adanya undang-undang tersebut pemerintah telah berkontribusi dalam mengurus produk halal di Indonesia.²⁶

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence banyak orang dan prosesnya, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul bahwa produk apa yang ingin dibeli.²⁷

Keputusan pembelian adalah tahap sikap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan untuk membeli. Sebagian pemasar ada tentu diikuti dengan pembelian yang sebenarnya. Oleh karena itu konsumen masih harus melalui tahap selanjutnya lagi yaitu pembelian yang sebenarnya. Dalam keputusan pembelian konsumen kadang

²⁶ Arini Rusdah, *Industri Halal Fashion : Studi Kasus Ayysee Collection Surabaya Dalam Melakukan Ekspor Melalui Marketplace di Malaysia dan Singapura*, Indonesian Journal of Halal Vol.6 (1) 2023, h. 5

²⁷ Alma, Buchari, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masih harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu: Kapan membeli, dimana membeli serta berapa banyak uang yang harus dikeluarkan.²⁸

Keputusan Pembelian adalah semua proses mental dan aktivitas fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada waktu dan tempat tertentu serta memenuhi kebutuhan tertentu, dengan kata lain tahapan-tahapan yang dipilih oleh konsumen. Kesimpulannya, Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen saat benar-benar setelah mengetahui masalahnya mencari informasi produk dan seberapa baik setiap alternatif memecahkan masalahnya masing-masing.²⁹ Terdapat enam keputusan yang dilakukan oleh pembeli yaitu: pilihan produk, pilihan merek, pilihan dealer, jumlah pembelian, saat yang tepat melakukan pembelian dan metode pembayaran. Suatu keputusan pembelian merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tindakan pelanggan dalam menentukan pilihan dari berbagai alternative yang ada dan memutuskan untuk membeli.³⁰

Pada umumnya, keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

²⁸ Amstrong, Kotler, *Manajemen Pemasaran Terjemahan Bahasa Indoseia*, (Jakarta: PT. Prehalindo, 2002), h.11

²⁹ Akramunnas, Muhammad Nasri Katman, Nurul Inayah, *The Influence Of Religiusity And Product Quality On The Purchase Decision Of Muslim Clothes In E-Commerce In Makassar City*, Return: Study of management economic and business, 20 november 2022, h.102

³⁰ Intisari Haryanti, Herry Nurdin, *Trend fashion dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota bima*, jurnal sains dan bisnis Indonesia volume 11 nomor 2 2021, h. 125



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor pertama adalah sikap orang lain yang dapat mempengaruhi seseorang dan faktor kedua adalah faktor situasional.³¹

Berdasarkan dari beberapa defenisi dari para ahli diatas maka dapat disimpulkan keputusan pembelian adalah merupakan proses dimana konsumen menggunakan pengetahuan, untuk mengevaluasi dari berbagai alternatif yang ada sehingga konsumen dapat memutuskan untuk menggunakan atau benar-benar melakukan pembelian terhadap berbagai macam pilihan produk dan jasa yang ada.

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat. Al-Quran dan Hadist memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.³²

Menurut pandangan islam, proses pengambilan keputusan diterangkan dalam beberapa ayat Alqur'an dan Hadist Rasulullah SAW dimana dalam memutuskan suatu perkara haruslah berdasarkan

³¹ Aldeana Meilani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem, *Pengaruh Religiusitas, Gaya hidup, dan Harga terhadap keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace*, Jurnal kajian ekonomi dan bisnis Vol 4 No 2 (2021), h. 175-176

³² Mohamad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta:Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, hlm. 229

pertimbangan yang matang dan lebih mengutamakan prinsip kehati-hatian terutama dalam menerima informasi yang berhubungan dengan hal yang akan diputuskan. Sebagaimana Firman Allah yang tertuang dalam Q.S. Al-Hujurat Ayat 6 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu“.

Dalam ayat di atas Allah SWT menegaskan pentingnya umat islam bertabayun atau mencari kejelasan tentang segala informasi yang diperoleh sebelum memutuskan sesuatu. Terlebih lagi bila informasi tersebut berasal dari orang yang fasik atau orang-orang yang jauh dari ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya. Jika berita orang fasik menempati posisi berita orang yang yang benar lagi adil sehingga dibenarkan dan dilanjutkan, konsekuensinya tentu akan menimbulkan bahaya, seperti binasanya jiwa dan harta tanpa alasan yang jelas sehingga membuat seseorang menyesal.²⁹

Selanjutnya perintah untuk bertabayun terhadap segala informasi yang diterimadapat digambarkan pula dalam sebuah hadis riwayat Imam Muslim yang berbunyi :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا، أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ (رواه مسلم)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Artinya : Dari Abu Hurairah ra dari Nabi saw beliau bersabda, “Cukuplah seseorang (dianggap) berdusta jika ia menceritakan semua yang ia dengar.” (HR. Muslim)

Hadis di atas sejalan dengan perkataan Imam al-Munawi rahimullah, yang mengatakan bahwa “Jika seseorang tidak memastikan kebenaran suatu berita yang ia dengar ataupun yang ia bawa (maka ia di anggap pendusta, sebab biasanya suatu berita yang ia dengar terkadang benar dan terkadang dusta. Maka jika seseorang menyampaikan semua yang ia dengar maka pastilah ia berdusta”.³⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seorang konsumen muslim mutlak mempelajari informasi ataupun berita sebelum memutuskan pembelian agar tidak terjadi penyesalan dikemudian hari. Selain itu, dalam menyaring informasi yang diterima dibutuhkan ilmu pengetahuan yang cukup terutama berkaitan dengan produk yang akan dibeli.

4. *Religiusitas.*

Secara bahasa ada tiga istilah yang masing-masing kata tersebut memiliki perbedaan arti yakni religi, *religiusitas*, dan religious. Kata “religi” berasal dari bahasa Latin “religio” yaitu dari akar kata religare yang artinya mengikat, disamakan dengan religious (Inggris) dan religie (Belanda). Para ahli mengarahkan kata religi yang maksudnya agama atau keagamaan.³³

Istilah *religiusitas* (religiosity) berasal dari bahasa Inggris

³³ Muslimah, *Nilai Religious Culture Di Lembaga Pendidikan*, ed. oleh Muhammad Tang S (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2016), h. 16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“religion” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “religios” yang berarti agamis atau saleh. *Religiusitas* adalah sikap keagamaan yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.³⁴

Menurut Anshari agama atau religion dalam bahasa Inggris dan addyn dalam bahasa Arab yang dikutip oleh Subandi adalah sebagai sistem keyakinan atas adanya yang mutlak di luar diri manusia dan suatu sistem peribadatan kepada sesuatu yang dianggap mutlak, yaitu Tuhan yang mempunyai kekuatan dan kekuasaan, serta sistem norma (kaidah) yang mengatur hubungan sesama manusia dengan manusia, dan dengan alam sekitarnya sesuai dan sejalan dengan keyakinan manusia itu sendiri.³⁵

Religiusitas mengarah terhadap keterkaitan seseorang dengan nilai-nilai agama yang dianut atau diikuti. Menurut Anwar (2018) *Religiusitas* merupakan nilai-nilai agama yang diyakini oleh seseorang atau individu, masing-masing agama pastinya bertujuan membuat kebaikan dan menuntut individu untuk berperilaku positif serta mencegah perbuatan yang tidak baik. Agama mempunyai arti suatu hubungan tuhan dengan manusia, manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungan.

Religiusitas di bagi dalam dua dimensi :

³⁴ Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: Rajawali Pres, 2008, h. 12

³⁵ Subandi, *Psikologi Agama & Kesehatan Mental*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) *Religiusitas* Intrapersonal
- 2) *Religiusitas* Interpersonal

Merujuk pada seberapa tinggi tingkatan seorang muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Akhlak sebenarnya adalah buah dari keyakinan dan ibadah seseorang. Akhlak merupakan fungsionalisasi agama, artinya keberagamaan menjadi tidak berarti bila tidak dibuktikan dengan berakhlak. Misalnya suka menolong, bekerjasama, menegakkan keadilan dan kebenaran, berkata jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup dan sebagainya.

5. Persepsi Harga

Dalam menentukan keputusan pembelian biasanya konsumen melakukan persepsi tentang barang yang akan dibeli, seperti persepsi harga akan suatu barang atau jasa. Persepsi setiap individu terhadap suatu objek tentu akan berbeda-beda, dan dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.

Persepsi harga dapat diartikan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau sedang untuk masing-masing individu tidaklah sama, tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri. Pada dasarnya konsumen dalam menilai harga suatu produk tidak tergantung hanya dari nilai nominal harga saja namun dari persepsi mereka pada harga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menerjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh. Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada minat beli dan kepuasan dalam pembelian. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen.³⁶

Indikator dari persepsi harga adalah sebagai berikut.³⁷

a. Daya Saing Harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal-murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut, seperti harga yang lebih murah dari pesaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk setiap perusahaan harus mempertimbangkan keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang lebih besar saat akan membeli produk tersebut.

³⁶ Schiffman dan Kanuk dalam Darmansah dan Yosepha, “Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya* Vol. 1, No. 1, 2020, h. 19

³⁷ Kharisma Bintang Eka Putera , Nanis Susanti, IB Cempena, *Analysis Of The Effect Of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence On Consumer Satisfaction And Purchase Decision On The Sumber Jaya Livestock Group*, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, Vol.1 (No 7), April 2022, h. 769-770



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang akan diterimanya lebih besar atau sama dengan yang dibayarkan untuk suatu produk. Jika konsumen merasa manfaat suatu produk lebih kecil dari uang yang dibayarkan, maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan akan berpikir dua kali jika ingin melakukan pembelian demi uang

c. Keterjangkauan Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk, misalnya harga produk terjangkau.

d. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-adl*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil, antara lain: *si''r*

al-mitsl, tsaman al mitsl dan *qimah al'adl*. Istilah *qimah al adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah SAW dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan sering dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam dan dinilai Allah SWT. sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.³⁸ Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah dari para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan.³⁹

Dalam Islam harga ditetapkan secara adil guna untuk mencegah terjadinya propaganda. Dalam ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan termasuk dalam menentukan harga. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 279 sebagai berikut:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya*

³⁸ Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cet ke 4, Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu" (Jakarta: Robbani Press, 2004), h. 316

³⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajaawali Press, 2009), h. 59

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (Q.S Al-Baqarah: 279).*⁴⁰

Dalam Islam, kewajiban utama adalah berlaku adil, dan ini harus ditegaskan terutama dalam aktivitas jual beli. Salah satu aspek yang fundamental dari keadilan dalam jual beli adalah menetapkan mutu dan ukuran yang benar, baik itu takaran maupun timbangan, serta menentukan harga dengan transparan dan adil. Keadilan dalam hal ini menjadi dasar yang harus dijunjung tinggi sebelum melibatkan diri dalam berbuat kebajikan lebih lanjut.

6. Trend

Trend merupakan salah satu diantara faktor yang dapat mempengaruhi secara tidak langsung dalam dunia pemasaran, dengan adanya tren dapat menentukan kelangsungan pemasaran perusahaan. Ada kecenderungan-kecenderungan yang harus “dibaca” oleh orang pemasaran. Untuk itu, cara melihat yang kreatif dibutuhkan di sini.⁴¹

Kata *trend* atau dalam bahasa Inggris *trends* merupakan kata yang sudah tidak asing ditelinga kita. Selain mendengar mungkin diantara kita pernah atau bahkan sering mengucapkan kata *trend* (*Trends*). Kata *trend* sering kita dengar dalam dunia *fashion*, Selain dalam dunia *fashion*, Kata *trend* juga sering kita dengar atau kita ucapkan dalam kehidupan sehari-hari. *Trend* atau mode atau *fashion*

⁴⁰ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Asy-Syi'fa, 2000), h. 47

⁴¹ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya. Menurut kamus besar bahasa Indonesia *trend* atau mode merupakan bentuk nominan yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan serta penggunaan jilbab dan sebagainya).⁴²

Beberapa faktor yang mencirikan indikator tren, sebagai berikut:⁴³

- a. Perkembangan zaman
- b. Mengikuti fasion terbaru
- c. Pergaulan
- d. Ingin tampil beda

Salah satu bentuk perintah agama Islam adalah perintah untuk mengenakan busana yang menutup aurat. Busana muslim adalah pakaian atau busana yang dipakai semua umat Islam baik itu laki-laki (muslim) maupun perempuan (muslimah) adalah aktivitas keseharian. Busana muslim bertujuan untuk menutup aurat penggunaanya yang tidak boleh (haram) dilihat oleh orang lain yang bukan mahramnya. Demikian itu busana muslim bukan hanya pakaian yang dipakai untuk keperluan kegiatan dan acara keagamaan saja seperti hari raya, hajatan dan lainnya, namun busana muslim wajib dikenakan oleh setiap umat

⁴² Intisari Haryanti, Herry Nurdin, *Trend fashion dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota bima*, jurnal sains dan bisnis Indonesia volume 11 nomor 2 2021, h. 126

⁴³ Eka Sri Apriliana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Volume 5, Nomor 1, Juni 2019, h. 17



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islam dalam aktivitasnya. Di Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Untuk busana muslim karena biasanya beda model untuk aurat yang harus ditutup, dibandingkan dengan laki-laki yang biasanya sudah tertutup oleh pakaian yang dikenakannya.

7. Gaya Hidup

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Sedangkan dari sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah.⁴⁴

Gaya hidup adalah gaya hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya sehingga menggambarkan pribadi seutuhnya yang berinteraksi dengan lingkungannya. Khususnya di kalangan remaja, *fashion* merupakan gaya hidup bagi mereka dan selalu up to date serta berganti pakaian ketika ada model baru. Mereka berganti pakaian bukan karena kebutuhan tetapi karena gaya hidup mereka yang jika tidak mengikuti *trend* bisa dikatakan tidak up to date dan jadul. Padahal, dalam Islam, ini adalah sesuatu yang mubazir saja, karena mereka memiliki

⁴⁴ Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.157



barangbarang tersebut, mereka hanya akan mengikuti tren, tetapi bukan karena mereka tidak terlalu membutuhkannya.⁴⁵

Gaya hidup melibatkan pengukuran dimensi AIO (activities, interest, opinions). Orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Jika digunakan secara cermat, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian. Gaya hidup bersifat tidak permanen dan cepat berubah menyesuaikan perubahan yang terjadi. Gaya hidup pada setiap individu tidak dapat disamakan mengingat selera masing-masing individu berbeda.⁴⁶

Menurut Sunarto dalam Mandey, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:⁴⁷

- a. Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini

⁴⁵ Winda Angraini, Heni Noviarita, *The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung*, Journal of Business and Entrepreneurship Volume 4 No. 1 October 2021, h. 31

⁴⁶ Aldeana Meilani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem, *Pengaruh Religiusitas, Gaya hidup, dan Harga terhadap keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace*, Jurnal kajian ekonomi dan bisnis Vol 4 No 2 (2021), h. 176

⁴⁷ Sunarto dalam Mandey, Silvya L, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurnal Vol.6, No.1, 2009, h.93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

- b. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global serta lokal. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi peristiwa dimasa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau hukuman dari jalannya tindakan alternatif

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi untuk dijadikan teori yang relevan seperti berikut ini:

1. Akramunnas, Muhammad Nasri Katman, Nurul Inayah (2022) “*The Influence Of Religiosity And Product Quality On The Purchase Decision Of Muslim Clothes In E-Commerce In Makassar City*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *religiusitas* dan



variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian keputusan busana muslim di e-commerce. Bersamaan dengan *religiusitas* dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian keputusan *fashion* muslim dalam e-commerce di kota Makassar.

2. Muhammad Rizky Irza Fachruddin, Moch. Khoirul Anwar (2022) “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Pada Era New Normal Di Surabaya” Hasil dari penelitian ini adalah gaya hidup dan kesadaran halal tidak berpengaruh positif secara parsial tapi berpengaruh positif secara simultan terhadap minat beli produk *fashion* masyarakat Surabaya pada era new normal. Banyak variabel yang lebih mempengaruhi minat beli produk *fashion* masyarakat pada era new normal ini.
3. Guntur Aji Pamungkas, Ratmono (2021) “Pengaruh Harga, Citra Merek, Preferensi Merek Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Di IAIN Metro)” Hasil pada penelitian ini yaitu diantara harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme hanya preferensi merek yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya, sementara secara simultan harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Intisari Haryanti, Herry Nurdin (2021) “*Trend Fashion Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Berhijab Di Kota Bima*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Hasil koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang Kuat antara *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *trend Fashion* dan Gaya Hidup Hedonis secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan secara simultan *trend Fashion* dan Gaya Hidup Hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Winda Anggraini, Heni Noviarita (2021) “*The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung*”. Hasilnya, Variabel Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dan juga kajian teori gaya hidup pada keputusan konsumen. Hasil penelitian Variabel X2 atau Islamic Branding (X2) berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Hasilnya sesuai dengan sebelumnya penelitian dan juga dengan kajian teori Islamic Branding.
6. Aldeana Meliani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem (2021) “Pengaruh *Religiusitas*, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di *Marketplace*”. Hasil penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini menunjukkan bahwa variabel *religiusitas* tidak berpengaruh secara signifikan, namun variabel gaya hidup dan harga berpengaruh secara signifikan.

7. Eka Sri Apriliana, Nurul Wahdah, Muslimah (2021) “Pengaruh Harga, Tren, dan *Religiusitas* di Masa Covid-19 Terhadap Minat Beli Pakaian Syar`i Secara Online”. Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga dan tren di masa Covid-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian syar`i secara online sedangkan *religiusitas* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli pakaian syar`i secara online pada mahasiswi IAIN Palangka Raya. Dari ketiga variabel harga, tren, dan *religiusitas* di masa Covid-19 berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli pakaian syar`i secara online pada mahasiswi IAIN Palangka Raya.
8. Fathia Khalda (2021) “Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga, Selera, Dan *Religiusitas* Terhadap Pembelian Produk *Fashion* Muslim Di Instagram (Studi pada Muslimah Usia 19-25 tahun di Provinsi DKI Jakarta)”. Hasil penelitian ini menyimpulkan variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk *fashion* muslim di Instagram, harga tidak berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap pembelian produk *fashion* muslim, selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk *fashion* muslim di Instagram, dan terakhir *religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian, namun secara simultan Seluruh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variable independent berpengaruh.

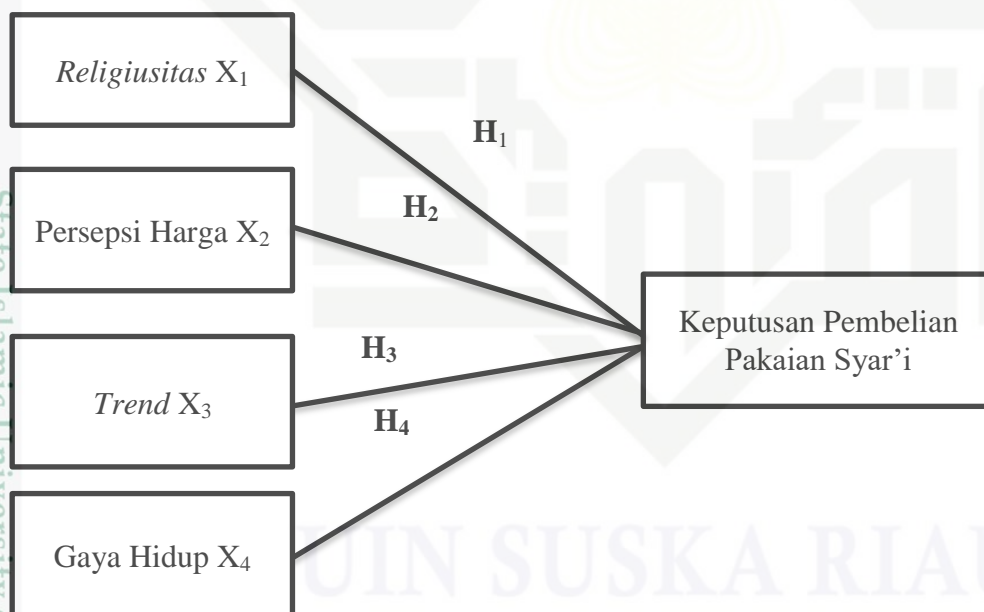
9. Bintang Ghaliyan Ibnunas dan Tri Harjawati (2021) “Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Minat Pembelian Produk Halal”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh atau perubahan antara *religiusitas* terhadap minat pembelian produk halal.
10. Eka Sri Apriliana (2019) “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Pakaian Syar’i (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)”. Hasil penelitian ini menyimpulkan variabel harga, tren dan *religiusitas* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar’i pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, sedangkan secara parsial masing masing dari ketiga variable tersebut yaitu variable harga, *trend religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian syar’i pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian, obyek penelitian dan variabel penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dan obyek yang diteliti merupakan pakaian syar’i. Untuk variabel penelitian, belum ada peneliti lain yang menganalisis pengaruh variabel *religiusitas*, persepsi harga, *trend*, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel dependen (keputusan pembelian).

C. Kerangka Berpikir.

Kerangka pemikiran merupakan sebuah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Jadi, sesuai pernyataan tersebut kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang mana pemahaman ini menjadi dasar dan pondasi bagi pemikiran selanjutnya dan ini merupakan suatu proses dari jalannya suatu penelitian yang akan dilakukan.⁴⁸ Berdasarkan tinjauan landasan dan penelitian terdahulu, pada penelitian ini peneliti membuat suatu kerangka pemikiran untuk menyelesaikan masalah penelitian ini, sebagai berikut :

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



⁴⁸ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), h. 48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Keterangan :

— : pengaruh secara parsial

D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan *tesis* (kesimpulan).⁴⁹ Jadi, hipotesis secara etimologis artinya kesimpulan yang masih diragukan. Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis merupakan semacam dugaan sementara yang mengandung pernyataan-pernyataan ilmiah, tetapi masih memerlukan pengujian.⁵⁰ Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh *religiusitas* terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Menurut Anwar (2018) *Religiusitas* merupakan nilai-nilai agama yang diyakini oleh seseorang atau individu, masing-masing agama pastinya bertujuan membuat kebaikan dan menuntut individu untuk berperilaku positif serta mencegah perbuatan yang tidak baik. Menurut Nurfitriani (2023), Akramunnas (2022), dan Khaldi (2021) yang mengatakan bahwa pengaruh *religiusitas* terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i adalah positif dan signifikan. Hipotesis sementara :

⁴⁹ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.79

⁵⁰ Boedi Abdullah, Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014) h. 187

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H₁ : Diduga *Religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Persepsi harga dapat diartikan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau sedang untuk masing-masing individu tidaklah sama, tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri. Menurut Rahmawati (2021), Identiti (2021) dan Meliani (2021), yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Hipotesis sementara :

H₂ : Diduga Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

3. Pengaruh *trend* terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Trend atau mode atau *fashion* adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya. Menurut kamus besar bahasa Indonesia *trend*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau mode merupakan bentuk nominan yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan serta penggunaan jilbab dan sebagainya).⁵¹ Menurut Haryanti (2021), lau Apriliana (2021) dan (2021) yang menyatakan bahwa *trend* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Hipotesis sementara :

H₃ : Diduga *Trend* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

4. Pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Sedangkan dari sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah.⁵² Meliani (2021) dan Identiti (2021) yang mendapatkan hasil bahwa

⁵¹ Intisari Haryanti, Herry Nurdin, *Trend fashion dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota bima*, jurnal sains dan bisnis Indonesia volume 11 nomor 2 2021, h. 126

⁵² Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.157

gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Hipotesis sementara :

H₄ : Diduga Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field reserch) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kondisi yang sebenarnya.⁵³ Bahwasanya jenis dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka dalam prosesnya penelitian ini mengangkat data dan permasalahan yang ada di lapangan (lokasi penelitian).

Penelitian ini, dilihat dari pengumpulan data-datanya termasuk kedalam Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuanpenemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedurprosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).⁵⁴ Jenis penelitian kuantitatif lebih menekankan atau menitikberatkan pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang disebut dengan variabel. Sehingga pendekatan kuantitatif adalah hubungan atau relasi antar variabel yang akan dianalisis secara objektif. Jadi hasil penelitian kuantitatif hanya dipakai untuk menentukan generalisasi informasi pada objek secara umum dan tidak memperhatikan hal-hal yang bersifat kasuistik pada objek tersebut.⁵⁵

Sedangkan pendekatan penelitian termasuk ke dalam jenis penelitian

⁵³ Kartono dan Kartini. *Pengantar metodologi riset sosia*. Mandar maju, bandung. 1996. h.32.

⁵⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 39

⁵⁵ Rokhmat Subagiyo, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim"s Publishing, 2017), h. 21



asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dua variabel atau lebih.⁵⁶ Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk Memperoleh data yang diperlukan dalam Penelitian Ini, Penulis Melakukan Penelitian pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan mulai November 2023 hingga Februari 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian, populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian.⁵⁷ Sedangkan pendapat lain, populasi adalah “Sekelompok subjek baik manusia, gejala, nilai tes ataupun peristiwa.”⁵⁸ Pengertian populasi menurut Marzuki adalah keseluruhan bahan atau elemen yang diselidiki.⁵⁹ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan elemen obyek dan subyek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan yang ditetapkan oleh

⁵⁶ Ibid, h. 14

⁵⁷ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.147

⁵⁸ Winarno Surachman, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), h.93

⁵⁹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 1983), h.52



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti untuk dianalisis guna menghasilkan suatu kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Yang Menggunakan Pakaian Syar'I, yang mana jumlahnya tidak diketahui karna keterbatasan untuk memperoleh data yang pasti terkait jumlah pengguna pakaian syar'I di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jumlah Sampel dalam penelitian ini di tentukan dengan berdasarkan pada pendapat dari Sugiyono yang menyebutkan bahwa :⁶⁰

- a. Ukuran Sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan menggunakan analisis multivariate seperti korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan variabel terikat).
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan varibel eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan

⁶⁰ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung; Alfabeta 2015),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20.

Dengan demikian, karena total variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 5 variabel, yang terdiri dari 4 variabel bebas (*Religiusitas*, *Persepsi Harga*, *Trend* dan *Gaya hidup*) dan 1 variabel terikat (*Keputusan pembelian pakaian syar'i*), maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30×5 (jumlah variabel) = 150 responden.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.⁶¹

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan. Adapun data primer dalam penelitian ini bersumber dari angket atau kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang ditetapkan sebagai responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Data ini biasanya berasal dari data

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 156

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi, antara lain seperti dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan seterusnya.⁶²

Adapun data sekunder dalam penelitian ini, didapatkan dari beberapa sumber sebagai berikut:

- 1) Buku-buku metode penelitian dan statistik.
- 2) Buku-buku ekonomi syariah dan pengantar teori ekonomi, khususnya terkait teori-teori yang ada dalam penelitian.
- 3) Dokumen-dokumen, jurnal penelitian, serta artikel yang memuat permasalahan dalam penelitian, baik dari lembaga pemerintah maupun non pemerintah.

E. Konsep Operasional Variabel.

Defenisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari obyek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Sedangkan indikator variabel adalah cara untuk menetapkan parameter dalam pengukuran suatu variabel.⁶³

Dalam penelitian ini operasional variabel dan indikator variabel yang dibentuk, sebagai berikut:

⁶² Rokhmat Subagiyo, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), h. 77

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Research And Development*, Bandung: Alfabeta, 2017, h.38

Tabel 3.1 Konsep Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel	Indikator	Alat Ukur
Keputusan Pembelian (Y) Menurut (Mangkunegara, 2016) keputusan pembelian merupakan salah satu proses perilaku konsumen. Menurutnya perilaku konsumen merupakan suatu kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. ⁶⁴	1) Pemilihan Produk 2) Pemilihan Distributor 3) Waktu Pembelian 4) Jumlah Pembelian 5) Metode Pembayaran ⁶⁵	Skala Likert
<i>Religiusitas</i> (X1) Ancok dan Suroso (2011) mengartikan <i>religiusitas</i> adalah tingkat pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan, dan penghayatan seseorang atas ajaran agama yang diyakininya. ⁶⁶	1) <i>Interpersonal Religiusitas</i> 2) <i>Intrapersonal Religiusitas</i> ⁶⁷	Skala Likert

⁶⁴ Kharisma Bintang Eka Putera, Nanis Susanti, IB Cempena, *Analysis Of The Effect Of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence On Consumer Satisfaction And Purchase Decision On The Sumber Jaya Livestock Group*, Indonesian Journal of Multidisciplinary Science, Vol.1 (No 7), April 2022, H. 771

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Sungadi, Pengaruh *Religiusitas* terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jurnal Perpustakaan Vol. 11 No.1 Tahun 2020, h. 17

⁶⁷ Everett L. Worthington, Jr., Nathaniel G. Wade, and Terry L. Hight, Michael E. McCullough, James T. Berry, Jennifer S. Ripley, Jack W. Berry and Michelle M. Schmitt, Kevin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 UIN Suska Riau
 Universitas Islam Sumatera Utara
 Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Persepsi Harga (X2)</p> <p>Menurut (Schiffman & Wisenblit, 2015) persepsi harga adalah pandangan pelanggan terhadap nilai yang diterima dari pembelian. Adapun persepsi harga menurut (Suryani, 2013) bahwa persepsi harga adalah suatu proses yang melibatkan aspek fisiologis seperti keberadaan suatu organisasi, memilih kegiatan, dan menafsirkan rangsangan sehingga konsumen dapat memberi makna pada suatu objek.⁶⁸</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Daya Saing Harga 2) Kesesuaian harga dengan manfaat 3) Keterjangkauan harga 4) Kesesuaian harga dengan kualitas produk⁶⁹ 	<p>Skala Likert</p>
<p><i>Trend</i> (X3)</p> <p><i>Trend</i> merupakan salah satu diantara faktor yang dapat mempengaruhi secara tidak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Perkembangan Zaman 2) <i>Fashion</i> terbaru 3) Pergaulan 4) Keinginan tampil Beda⁷¹ 	<p>Skala Likert</p>

H. Bursley, The Religious Commitment Inventory—10: Development, Refinement, and Validation of a Brief Scale for Research and Counseling, *Journal of Counseling Psychology* · January 2003, h. 87

⁶⁸ Kharisma Bintang Eka Putera , Nanis Susanti, IB Cempena, Analysis Of The Effect Of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence On Consumer Satisfaction And Purchase Decision On The Sumber Jaya Livestock Group, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, Vol.1 (No 7), April 2022, h. 769

⁶⁹ Ibid, h. 769-770

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung dalam dunia pemasaran, dengan adanya tren dapat menentukan kelangsungan pemasaran perusahaan. ⁷⁰		
Gaya Hidup (X4) Gaya hidup adalah gaya hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya sehingga menggambarkan pribadi seutuhnya yang berinteraksi dengan lingkungannya. ⁷²	1) Aktivitas 2) Minat 3) Opini	Skala Likert

Berdasarkan tabel 3.1 di atas, variabel dalam penelitian ini dibagi atas:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas (*independent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, antecedent merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau

⁷¹ Eka Sri Apriliana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Volume 5, Nomor 1, Juni 2019, h. 17

⁷⁰ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 36

⁷² Winda Anggraini, Heni Noviarita, *The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung*, Journal of Business and Entrepreneurship Volume 4 No. 1 October 2021, h. 31

timbulnya variabel terikat (*dependent variable*).⁷³ Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini ialah *religiusitas*, harga, *trend* dan gaya hidup.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) atau variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas.⁷⁴ Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini ialah keputusan pembelian pakaian syar'i.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lichtman dalam Darwyansyah, teknik pengumpulan data adalah suatu cara untuk mengetahui sesuatu, dimana seorang peneliti melakukan sebuah pengumpulan dan menginterpretasi informasi yang diperoleh dari manusia dengan menggunakan mata atau telinga sebagai penyaring.⁷⁵

Dalam suatu penelitian, teknik pengumpulan data menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan, sebab tingkat keakuratan atau valid tidaknya suatu data amat tergantung pada teknik atau metode pengumpulan data yang dipilih. Hal ini didukung oleh pendapat Sugiyono yang menyebutkan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis

⁷³ Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip- Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Keduabelas, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006, h.179.

⁷⁴ Rokhmat Subagiyo, Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan, Jakarta: Alim's Publishing, 2017, h.34.

⁷⁵ Darwyan Syah, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Haja Mandiri, 2017), h. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mendapatkan data.⁷⁶

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk menjaring berbagai informasi ataupun keterangan yang diperlukan. Teknik tersebut antara lain :

1. Observasi

Observasi adalah sebuah metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan melalui pengamatan lingkungan dan tingkah laku baik secara pribadi maupun umum. Teknik observasi ini digunakan untuk melakukan identifikasi masalah yang berkaitan dengan Pengaruh *religiusita*, persepsi harga, *trend* dan gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar'I Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

2. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket yaitu pernyataan-pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden peneliti tentang suatu variabel yang diteliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan angket tertutup dan bersifat langsung, dimana responden hanya memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai dengan pendapat responden. Skala pengukuran jawaban responden berpedoman pada skala Likert Modifikasi 1-4.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Research And Development*, Bandung: Alfabeta, 2017, h.153.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Modifikasi digunakan untuk menjarang data penelitian yang lebih akurat, karena kategori jawaban Undeciden (netral, ragu-ragu, setuju tidak, tidak setuju pun tidak) mempunyai arti ganda sehingga menimbulkan central tendency effect yang menghilangkan banyak data dan mengurangi informasi penelitian.⁷⁷

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen seperti gambar, foto dan lain sebagainya terkait dengan masalah yang diteliti. Untuk melengkapi data yang ada, peneliti juga menggunakan buku-buku dan beberapa referensi lain yang relevan dengan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis data berupa Partial Least Square (PLS) untuk menguji hipotesis melalui aplikasi perangkat lunak SmartPLS ver 4. PLS merupakan alat yang handal untuk menguji model prediksi karena memiliki keunggulan yaitu tidak mendasarkan pada berbagai asumsi, dapat digunakan pada data yang mengalami masalah dengan asumsi klasik seperti tidak berkontribusi normal, masalah multikolinieritas dan masalah autokorelasi, dapat digunakan untuk ukuran sampel yang kecil dan dapat digunakan untuk

⁷⁷ Hartanto, E, Metodologi Penelitian : Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala, Academia, 2017



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

konstruks formatif dan reflektif.⁷⁸

PLS adalah analisis persamaan structural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (outer model) sekaligus pengujian model struktural (inner model). Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas melalui proses literasi alogaritma sehingga dihasilkan parameter model pengukuran, termasuk nilai R^2 sebagai ketepatan model prediksi. Sedangkan model struktural digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten melalui proses bootstrapping yang menghasilkan parameter uji t-statistik untuk memprediksi adanya hubungan kualitas.⁷⁹

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti menggunakan PLS sebagai alat untuk menganalisis sekaligus memprediksi ada atau tidaknya variabel laten indepeden dan variabel laten dependen dalam penelitian ini, selain itu sampel yang digunakan tidak terlalu besar.

Dalam Structural Equation Model (SEM) variabel kunci yang menjadi perhatian adalah variabel laten (laten variabels) atau konstruk laten. Variabel laten merupakan konsep abstrak, sebagai contoh: perilaku orang, sikap, perasaan dan motivasi. Variabel laten ini hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. SEM mempunyai dua jenis variabel laten yaitu eksogen dan endogen. SEM membedakan kedua jenis variabel ini berdasarkan atas keikutsertaan mereka sebagai variabel pada persamaan-persamaan dalam model. Variabel eksogen

⁷⁸ Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 38

⁷⁹ Ibid, h. 42

selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Sedangkan variabel endogen merupakan variabel terikat pada suatu persamaan dalam model.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik PLS yang dilakukan dengan dua tahap yaitu:

1. Model Pengukuran (Outer Model)

Outer Model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan cronbach's alpha) termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.⁸⁰

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya serta dapat menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima dengan kriteria-kriteria tertentu. Prosedur pengujian validitas melalui convergent validity yaitu dengan mengkorelasikan skor item (component score) dengan construct score yang kemudian menghasilkan nilai loading factor. Nilai loading factor dikatakan tinggi jika komponen berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur.

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Model mempunyai discriminant validity yang baik jika setiap nilai loading

⁸⁰ Ibid, h. 57

dari setiap indikator variabel laten memiliki nilai loading yang paling besar daripada nilai loading variabel laten lainnya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah dengan membandingkan nilai square root of Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara variabel lainnya dalam model.⁸¹ Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Convergent	Loading factor	> 0,7
Discriminant	Korelasi variabel laten	Nilai loading variabel laten > variabel laten lainnya
	Cross Loading	> 0,7 dalam satu variabel

Sumber: Jogiyanto dan Abdillah (2015:61)

Kriteria validitas dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya serta memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai composite reliability di atas 0,7 dan AVE berada diatas 0,5 serta cronbachs alpha harus lebih dari 0,6.⁸² Untuk lebih jelas lagi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

⁸¹ Ibid, h. 62

⁸² Ibid, h. 63

Tabel 3.3 Parameter Uji Realiabilitas

Parameter	Rule of Thumbs
<i>Composite reliability</i>	>0,7
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,5
<i>Cronbachs Alpha</i>	>0,6

Sumber: Jogiyanto dan Abdillah (2015:61)

2. Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (Inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten.⁸³ Tujuan dari uji model struktural (inner model) adalah melihat korelasi antara konstruk yang diukur yang juga merupakan uji t dari partial least square itu sendiri. Model struktural dapat diukur dengan melihat nilai R-Square model yang mengukur tingkat variasi perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik model atau pengaruh antara variabel dalam penelitian. Adapun kriteria batasan nilai R-Square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah).⁸⁴

Pengujian berikutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Suatu korelasi dianggap signifikan jika nilai $t_{\text{statistik}} > 1,97$ (significance pada alpha 5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan (P-Value) < 0,05 (5%),

⁸³ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), h.78

⁸⁴ Ibid, h. 81



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka pengaruh yang terjadi adalah signifikan dan hipotesis diterima.

- 2) Jika nilai $t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan (P-Value) $> 0,05$ (5%) maka pengaruh yang terjadi adalah tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

Ada beberapa perhitungan lain dalam model ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Prediction Relevance (Q-Square), pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi tentang seberapa baik nilai yang dihasilkan. Nilai QSquare lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan Q-square kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 (kecil); 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar).
- b. Effect Size (F-Square), digunakan untuk melihat pengaruh prediktor variabel laten pada level struktural. Adapun interpretasi nilai F-Square yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat dikatakan kesimpulan jawaban dari perumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda, semakin tinggi tingkat religiusitasnya maka semakin mudah bagi orang tersebut untuk memutuskan membeli pakaian syar'i.
2. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga dinilai baik jika memiliki harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, harga yang berdaya saing, dan sesuai dengan manfaat produk yang diterima.
3. Trend berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa trend dapat memotivasi konsumen untuk memilih pakaian syar'i yang sesuai dengan nilai-nilai, norma-norma, dan tuntutan agama mereka.
4. Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup masyarakat tidak berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian masyarakat terhadap pakaian syar'i ini dikarenakan masyarakat tidak melihat adanya kebutuhan yang mendesak untuk bergaya dan juga adanya penyesuaian kembali gaya hidup. Setiap individu memiliki pengaruh terhadap dirinya yang dapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mendorongnya untuk berniat melakukan suatu perilaku. Salah satunya pengaruh religiusitas yang dirasakan individu berbeda-beda karena pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh individu berbeda-beda.

5. Hasil uji F-Square menyatakan bahwa variabel babas yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'i di kalangan masyarakat muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ialah variabel *Religiusitas*

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atau hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Hasil penelitian pada variabel *religiusitas* untuk pertanyaan memberikan kontribusi keuangan untuk organisasi keagamaan memiliki tingkat rata-rata yang rendah. Untuk itu bagi konsumen agar dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kontribusi keuangan untuk organisasi keagamaan agar dapat menunjang pelaksanaan kegiatan keagamaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Persepsi harga untuk pertanyaan Daya saing harga pakaian syar'i dengan pakaian lainnya membuat saya lebih memilih pakaian syar'i memiliki rata-rata yang



rendah. Untuk meningkatkan daya saing harga pakaian syar'i, produsen atau penjual dapat melakukan berbagai strategi, termasuk peninjauan kebijakan harga, penggunaan bahan yang lebih ekonomis, atau peningkatan promosi untuk menyoroti nilai tambah dari pakaian syar'i tersebut.

3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *trend* untuk pertanyaan Saya memakai pakaian syar'i biar terlihat tampil beda dengan orang lain memiliki rata-rata terendah. Setiap individu mungkin memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam memilih pakaian syar'i, namun perlu diingat akan pentingnya nilai Agama dan moral yang ada dalam anjuran penggunaannya.
4. Berdasarkan penelitian pada variabel Gaya Hidup untuk pertanyaan Saya membeli pakaian syar'i untuk menunjang kebutuhan pakaian saya sehari-hari memiliki responden dengan rata-rata terendah. Pemakaian pakaian syar'i dapat dianggap sebagai pilihan yang nyaman dan praktis untuk digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari melihat pakaian syar'i sebagai pilihan yang fungsional dan sesuai dengan kebutuhan muslimah dalam hal kenyamanan, penutupan tubuh, atau kesesuaian dengan situasi tertentu
5. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *religiusitas*, harga, *trend* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i. Adapun faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian tidak diteliti dalam penelitian ini. Disarankan untuk peneliti selanjutnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'ī misalnya kondisi keuangan, sikap individu/ sudut pandang, kehalalan produk, endorsment dan lain sebagainya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Akramunnas, Muhammad Nasri Katman, Nurul Inayah, *The Influence Of Religiosity And Product Quality On The Purchase Decision Of Muslim Clothes In E-Commerce In Makassar City*, Return: Study of management economic and business, 20 november 2022
- Aldeana Meilani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem, *Pengaruh Religiusitas, Gaya hidup, dan Harga terhadap keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace*, Jurnal kajian ekonomi dan bisnis Vol 4 No 2 (2021)
- Alma, Buchari, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Amstrong, Kotler, *Manajemen Pemasaran Terjemahan Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Prehalindo, 2002)
- Ansharullah, *Pakaian Muslimah Dalam Perspektif Hadis Dan Hukum Islam*, Jurnal Syariah dan Hukum Volume 17 Nomor 1 Juli 2019
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006)
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Binti Masruroh, Elok Fitriani Rafikasari, *Pengaruh Citra Merek Kesadaran Sertifikasi dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 4 (2022)
- Boedi Abdullah, Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014)
- Darwyan Syah, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Haja Mandiri, 2017)
- Denilaroza., Zulhadi, T., & Sosiady, M., (2023). Pengaruh Persepsi, Sikap, Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit(Skincare) Pada Remaja Muslimah SMAN Kota Pekan Baru, *Holistik: Journal For Islamic Social Sciences*, 7(1), 73-82
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Asy-Syi'fa, 2000)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dian Aprilia, *Posisi Ekonomi Syariah Indonesia dalam SGIE Report 2022*, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/04/12/posisi-ekonomi-syariah-indonesia-dalam-sgie-report-2022-makanan-halal-masuk-peringkat-2> diakses pada 05 Agustus 2023
- Eka Sri Apriliana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Volume 5, Nomor 1, Juni 2019
- Eka Sri Apriliana, Nurul Wahdah, Muslimah, *Pengaruh Harga, Tren, dan Religiusitas di Masa Covid-19 Terhadap Minat Beli Pakaian Syar'i Secara Online*, At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi Volume XII Nomor I, Juni 2021
- Euis Amalia dan Nur Rianto, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. (Jakarta: Kencana, 2010)
- Faisar Ananda Arfa, Wanita dalam Konsep Islam Modernis, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2004)
- Fathia Khalda, *Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga, Selera, Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Produk Fashion Muslim Di Instagram (Studi pada Muslimah Usia 19-25 tahun di Provinsi DKI Jakarta)*, Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Brawijaya Malang 2021
- Hariza Hasyim, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perencanaan Karir Mahasiswa Uin Suska Riau Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Al-Iqtishad Vol. 17 no 1 Tahun 2017
- <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/> di akses pada 28 januari 2024
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Imadudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: LPPI, 2001)
- Imam Abu Husain Muslim Bin Hajjaj Al Qusairi Naisyaburi, Shaheh Muslim, Juz 2, (Maroko: Darul Fikri, 1414/1993)
- Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015)
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006
- Imam Suprayoga dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama* (Bandung:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT Remaja Rosdakarya, 2003)

Intisari Haryanti, Herry Nurdin, *Trend fashion dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pakaian berhijab di kota bima*, jurnal sains dan bisnis Indonesia volume 11 nomor 2 2021

Jalaluddin (2012) *Psikologi Agama*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: Rajawali Pres, 2008

Juliansyah Noor, *Metode Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana, 2017)

Kartono dan Kartini. *Pengantar metodologi riset sosia*. Mandar maju, bandung. 1996

Katadata. 2020. *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia*. Diakses tanggal 05 Juni April 2024, <https://databoks.katadata.co.id>

Katadata. 2020. *Penduduk Muslim Tumbuh Tercepat di Dunia*. Diakses tanggal 05 Juni April 2024, <https://databoks.katadata.co.id>

Kharisma Bintang Eka Putera , Nanis Susanti, IB Cempena, Analysis Of The Effect Of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence On Consumer Satisfaction And Purchase Decision On The Sumber Jaya Livestock Group, Indonesian Journal of Multidisciplinary Science, Vol 1 (No 7), April 2022

Kotler, P., & Keller, K. L., (2012). *Marketing Management (14 ed)*. (E. Sevendsen Penyunt) New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Keduabelas, (Jakarta::Erlangga, 2008)

M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah* , (Jakarta: Lentera Hati, 2004),

M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005

Mabarroh Azizah, Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar Dan Reran Pemerintah Dalam Perspektif Islam, UNISIA, Vol. XXXIV No. 76 Januari 2012



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Maha. (2021). Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 2, 224–236
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 1983)
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 113-120
- Mohamad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1
- Muhammad Rizky Irza Fachruddin, Moch. Khoirul Anwar, Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Pada Era New Normal Di Surabaya, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Volume 5 Nomor 3, Tahun 2022
- Muslimah, *Nilai Religious Culture Di Lembaga Pendidikan*, ed. oleh Muhammad Tang S (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2016)
- Mustiah. (2023). Fashion Dalam Pandangan Islam. *Journal of Edukasi Borneo*, 4(1), 12–17. journalofedukasiborneo.or.id/index.php/jeb/article/view/45
- Nadiya, Farisa Hasna., & Wahyuningsih, Susanti., (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3 Second Di Market Place (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Fashion 3 Second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, vol.3
- Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011)
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Nurul Afifah, *Pakaian Syar'i, Media, Dan Konstruksi Kesalehan Perempuan*, Sosiologi Reflektif, Volume 13, No. 1, Oktober 2018
- Pardede, Erlangga Razak., Akhmad, Ikhbal., & Kinasih, Dwi Dewisri., (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian



Bekas Impordi Online Shop Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*. 2(1), 69-77

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* edisi ke-12, (Jakarta: Erlangga, 2006)

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009)

R. Nurhayati, Nuramalia, Laeli Qadrianti, Nurul Islamiah, Suriyati, *Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah Dalam Berpakaian Syar'i*, Journal of Islamic Education and Social Science, 2002

Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset*, (Jakarta : Kencana prenada media group, 2006)

Raihan Hasya, *Pakaian jadi barang yang paling sering dibeli masyarakat ketika belanja online*, <https://goodstats.id/article/pakaian-jadi-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-ketika-belanja-online-WIAdP> diakses pada 5 Agustus 2023

Rizki Nadia Ramadhanty, Khusnul Fikriyah : Determinan Keputusan Pembelian Jilbab Melalui Online Shop, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Volume 3 Nomor 2, Tahun 2020

Rokhmat Subagiyo, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim"s Publishing, 2017)

Rosyda, *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan contohnya*, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/> diakses pada 26 oktober 2023

Rudy Irwansyah, et al., *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, (Bandung:Widima Bhakti Persada, 2021)

Sri Wegati, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Maliyah: Jurnal Hukum dan Bisnis Islam, vol. 01, No. 01, Juni 2011

Subandi, *Psikologi Agama & Kesehatan Mental*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003)

Subhan Elhafiz, Yonathan Aditya, *Kajian Literature Sistematis Penelitian Religiusitas Di Indonesia*, Indonesian Journal For The Psychology Of Religion, vol. 1, Januari 2021

Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Research And Development*, Bandung: Alfabeta, 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2015)
- Sujarweni V. Wiratna, *Metode Penelitian-Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press 2015
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Sunarto dalam Mandey, Silvy L, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurnal Vol.6, No.1, 2009
- Surtiretna, Nina. (1995). *Anggun Berjilbab*, (Bandung: PT Mizan Pustaka)
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014)
- Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2015)
- Winarno Surachman, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990)
- Winda Anggraini, Heni Noviarita, *The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung*, Journal of Business and Entrepreneurship Volume 4 No. 1 October 2021
- Yati, F.,(2023). Pakaian Syar'i" dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah, *Saqifah Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 8(2), 73-81
- Yolanda, Hasri. (2019). *Pengaruh Trend Fashion dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khyla Boutique Di Kota Duri*, Skripsi (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau-Pekan Baru)
- Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cet ke 4, Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu" (Jakarta: Robbani Press, 2004)



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang mengadakan penelitian mengenai **PENGARUH RELIGIUSITAS, HARGA, TREND DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SYAR'I (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)**

Nama : ARDILLA CINTIA
 NIM : 22290324687
 Program Studi : Pascasarjana Ekonomi Syari'ah

Saya bermaksud mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner ini yang terkait dengan topik penelitian yang dilakukan. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dan partisipasi Saudara/Saudari agar berkenan mengisi kuisisioner ini dengan lengkap, jujur, dan tanpa terpengauhi dari pihak manapun. Angket kuisisioner ini semata-mata digunakan untuk kepentingan ilmiah, dimana kerahasiaan jawaban yang anda berikan dijamin sepenuhnya. Atas kerjasama dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Penulis

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang menjiplak atau seluruhnya tanpa izin tanpa mencantumkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah setiap pernyataan sesuai dengan pendapat Anda.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda ceklis (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Anda
3. Setiap pernyataan hanya dibutuhkan 1 (satu) jawaban saja.
4. Tentukan pilihan anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut dengan kriteria jawaban dibawah ini :
 - a. Sangat Setuju (SS) : 4
 - b. Setuju (S) : 3
 - c. Tidak Setuju (TS) : 2
 - d. Sangat Tidak Setuju (TST): 1

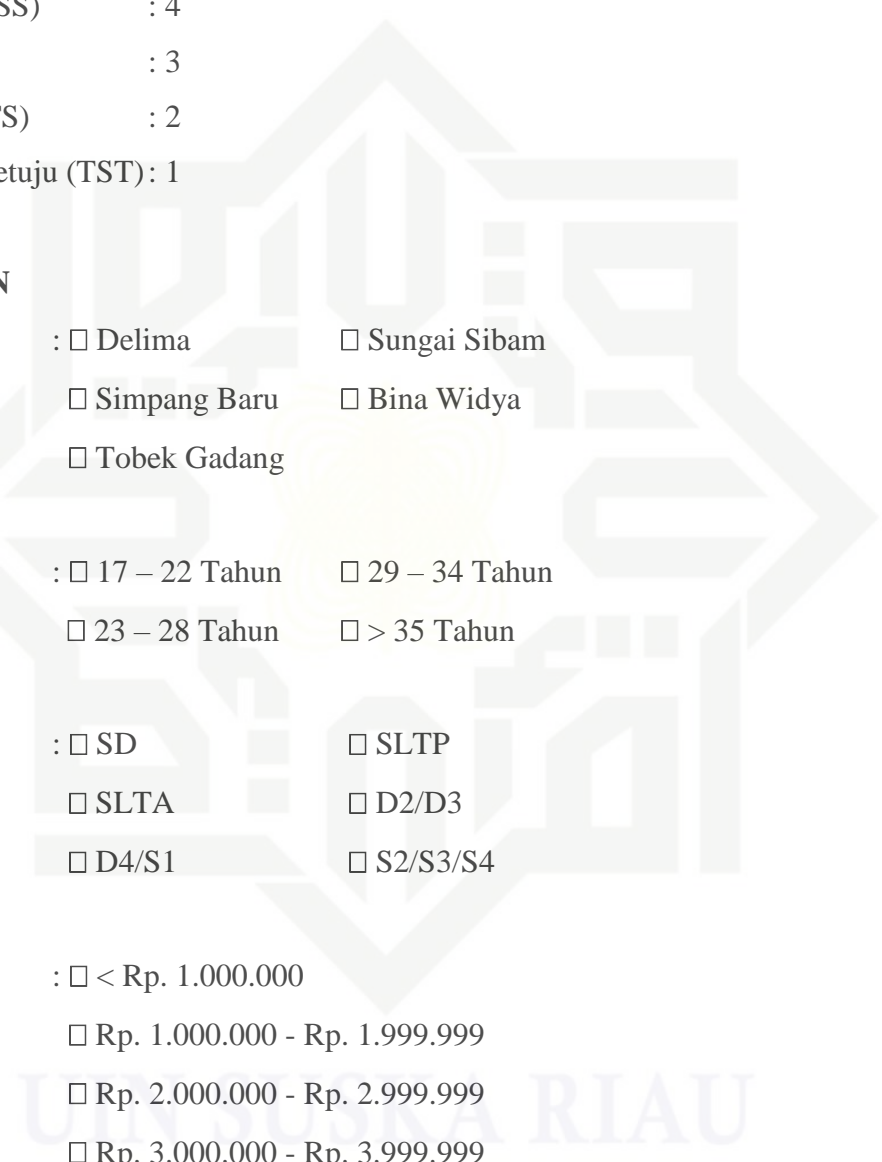
B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Alamat : Delima Sungai Sibam
 Simpang Baru Bina Widya
 Tobek Gadang
2. Usia : 17 – 22 Tahun 29 – 34 Tahun
 23 – 28 Tahun > 35 Tahun
3. Pendidikan Terakhir : SD SLTP
 SLTA D2/D3
 D4/S1 S2/S3/S4
4. Pendapatan : < Rp. 1.000.000
 Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999
 Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999
 Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999
 Rp. 4.000.000 - Rp. 4.999.999
 > Rp. 5.000.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Pekerjaan

- : Pelajar/Mahasiswa PNS Lainnya
 Ibu Rumah Tangga Wiraswasta

6. Intensitas Pembelian

- : 1 kali Setahun
 2 – 5 kali Setahun
 > 5 kali Setahun

C. PERNYATAAN PENELITIAN

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli Pakaian Syar'i karena sesuai dengan kebutuhan saya				
2	Saya membeli pakaian syar'i berdasarkan informasi produk pakaian syar'i dari sosial media				
3	Saya membeli pakaian syar'i sesuai standar kualitas tertentu				
4	Saya membeli pakaian syar'i berdasarkan pengalaman orang lain				

RELIGIUSITAS (X1)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Keyakinan agama mempengaruhi semua urusan saya dalam hidup				
2	Saya menghabiskan waktu mencoba untuk meningkatkan pemahaman tentang iman saya				
3	Agama sangat penting bagi saya karena menjawab banyak pertanyaan tentang makna hidup				
4	Saya senang bekerja dalam kegiatan organisasi keagamaan saya				
5	Saya menikmati menghabiskan waktu dengan orang lain yang seagama dengan saya				

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan sumbernya dalam bentuk apapun. Penyalinan sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Status: Ilmiah, Jurnal, Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian, Penulisan Karya Ilmiah, Penulisan Kritik atau Jinjauan suatu masalah

Statistik: Jurnal, Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian, Penulisan Karya Ilmiah, Penulisan Kritik atau Jinjauan suatu masalah

Statistik: Jurnal, Skripsi, Tesis, Disertasi, Laporan Penelitian, Penulisan Karya Ilmiah, Penulisan Kritik atau Jinjauan suatu masalah



6	Saya memberikan kontribusi keuangan untuk organisasi keagamaan saya				
---	---------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

PERSEPSI HARGA (X2)

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Daya saing harga pakaian syar'fi dengan pakaian lainnya membuat saya lebih memilih pakaian syar'fi				
2	Harga pakaian syar'fi yang saya beli selalu sesuai dengan manfaatnya				
3	Pakaian syar'fi yang saya beli memiliki harga yang terjangkau				
4	Harga pakaian syar'fi yang saya beli selalu sesuai dengan kualitas produknya				

TREND (X3)

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu memperhatikan perkembangan zaman dalam memilih pakaian syar'fi				
2	Fashion terbaru sangat mempengaruhi keputusan pembelian pakaian syar'fi bagi saya				
3	Memakai pakaian syar'fi membuat saya lebih percaya diri dalam bergaul				
4	Saya memakai pakaian syar'fi biar terlihat tampil beda dengan orang lain				

GAYA HIDUP (X4)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki aktivitas yang mengharuskan saya membeli Pakaian Syar'fi				
2	Saya membeli pakaian syar'fi untuk menunjang kebutuhan pakaian saya sehari-hari				
3	Saya lebih menyukai Pakaian Syar'fi dibandingkan Pakaian yang terbuka				
4	Saya lebih nyaman membeli pakaian syar'fi karna dapat				

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan sumber.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.



UIN SUSKA RIAU

	menutup aurat saya				
5	Menurut saya Pakaian Syar'i sesuai dengan kepribadian saya				
6	Model Pakaian Syar'i yang saya beli sangat menarik perhatian saya				

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Lampiran 2 : Tabulasi Data

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	2
2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3
5	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
11	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	4	3	4	4	4	3	3	1	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
25	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
29	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2
30	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	3	4
31	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
32	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
33	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
34	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
35	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
36	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4
37	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3
38	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4
39	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
40	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
41	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
42	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
44	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
45	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
46	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
47	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3

48	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
49	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
50	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
51	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
52	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
53	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
54	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
55	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
56	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
57	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
58	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
59	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
60	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
61	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3
62	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
63	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
64	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
65	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
66	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
67	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
68	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
69	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
70	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
71	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
73	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
74	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3
75	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
76	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
77	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
78	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
79	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
80	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
81	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
82	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
83	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
84	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
85	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
87	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4
88	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
89	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
90	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	1
91	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
92	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
93	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4
94	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	2	4	4	4
96	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
97	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4

98	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
99	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
100	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4
101	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
102	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
103	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
104	1	1	3	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1
105	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
106	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	1	3
107	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
108	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
109	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4
110	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	2	4	3
111	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
112	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
113	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
114	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
115	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
116	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
117	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
118	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
119	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
120	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	4	3
121	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
122	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
123	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
124	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1
125	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4
126	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
127	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1
128	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
129	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
130	3	3	4	4	4	3	4	2	2	3	2	3	3	4
131	4	4	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	3
132	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
133	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
134	4	4	3	4	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4
135	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
136	3	1	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3
137	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
138	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
139	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
140	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
141	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
142	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
143	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
144	3	2	3	1	4	4	3	2	3	3	1	3	3	3
145	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
146	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4
147	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3

148	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
149	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
150	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

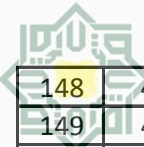
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
4	4	2	1	1	1	3	4	2	4
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
2	2	4	2	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	4	4	4	3	3
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	3	2	4	4	3	3
2	2	2	1	2	2	3	2	2	2
4	4	4	1	4	1	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4
2	2	4	2	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
2	3	2	2	3	2	3	3	2	3
3	3	2	1	2	3	2	2	2	2
3	4	4	4	3	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
4	3	4	1	3	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
4	2	3	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	3	3	3	4	3	4	3	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	4	2	4	4	3
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
2	1	3	2	2	1	2	1	1	2
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
4	3	4	3	4	4	3	3	3	4
3	2	3	1	3	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	1	4	4	3	3
3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
2	3	4	3	3	2	3	3	3	3
4	3	4	4	1	3	3	3	4	3
3	4	3	3	4	4	3	4	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	2	3	2	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
1	2	1	1	2	1	2	2	2	1
4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	2	2	3	2	3
3	3	2	2	1	1	2	2	1	2
3	3	4	2	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
3	2	4	3	2	2	4	3	3	2
3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
3	4	3	2	2	3	3	4	4	3
2	2	1	1	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	2	4	3	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3



UIN SUSKA RIAU

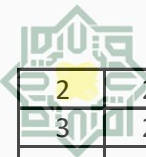
2	2	2	3	3	3	4	4	3	4
3	2	3	2	3	3	4	4	3	3
3	2	4	3	4	4	4	4	4	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

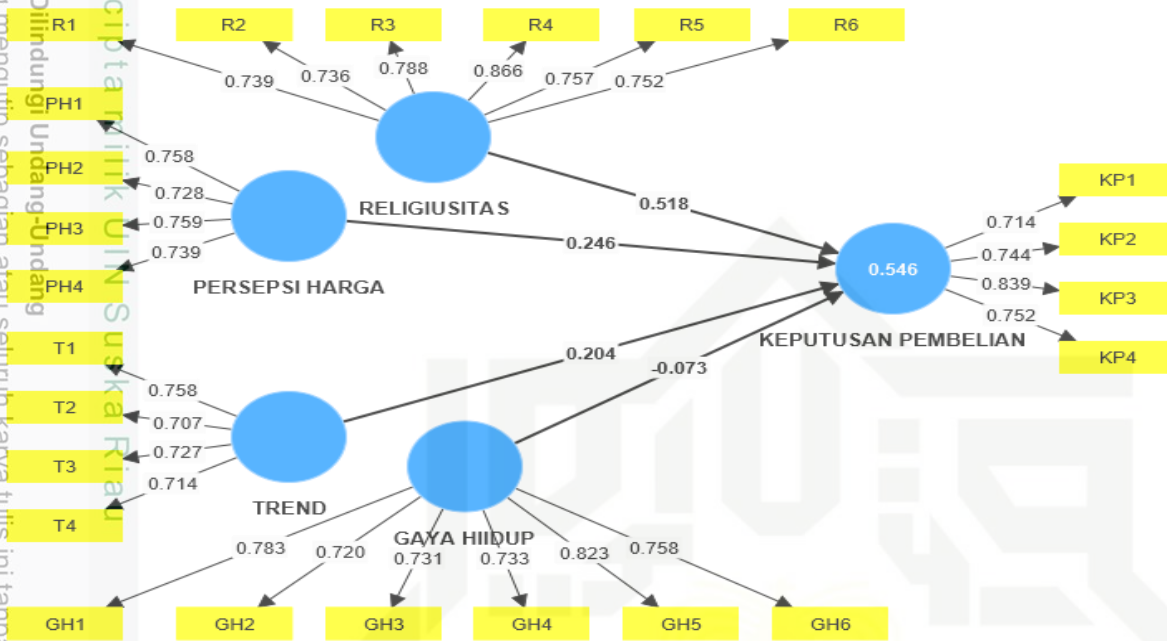
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Lampiran 3 : Output SmartPLS

Outer Model (Measurement Model)



Outer Loading (Measurent Model)

	Gaya Hiidup	Keputusan Pembelian	Persepsi Harga	Religiusitas	Trend
GH1	0,783				
GH2	0,720				
GH3	0,731				
GH4	0,733				
GH5	0,823				
GH6	0,758				
KP1		0,714			
KP2		0,744			
KP3		0,839			
KP4		0,752			
PH1			0,758		
PH2			0,728		
PH3			0,759		
PH4			0,739		
R1				0,739	
R2				0,736	
R3				0,788	
R4				0,866	
R5				0,757	

1. Ditang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

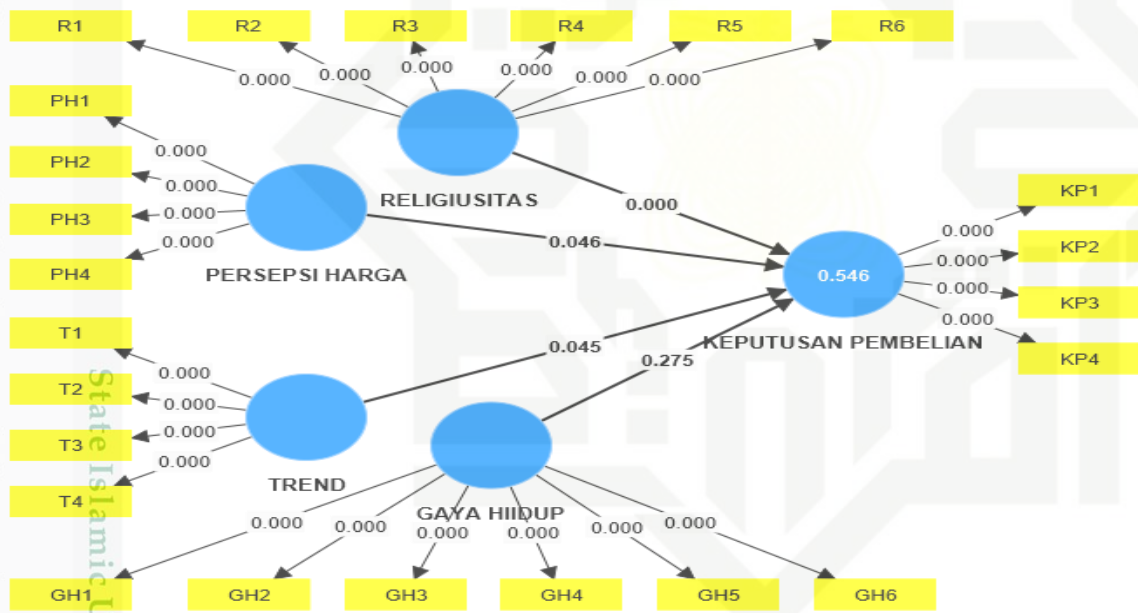


Keputusan Pembelian	0,431	0,764			
Persepsi Harga	0,675	0,560	0,746		
Religiusitas	0,443	0,670	0,494	0,774	
Trend	0,536	0,456	0,528	0,312	0,727

Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Gaya Hidup	0,853	0,859
Keputusan Pembelian	0,762	0,769
Persepsi Harga	0,736	0,740
Religiusitas	0,866	0,872
Trend	0,704	0,708

Model Struktural (Inner Model)



Nilai R-square

	R-square	R-square adjusted
KEPUTUSAN PEMBELIAN	0,546	0,534

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hasil Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
RELIGIUSITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN ->	0,518	0,484	0,099	5,255	0,000
PERSEPSI HARGA KEPUTUSAN PEMBELIAN ->	0,246	0,202	0,146	1,688	0,046
TREND KEPUTUSAN PEMBELIAN ->	0,204	0,242	0,120	1,698	0,045
GAYA HIIDUP KEPUTUSAN PEMBELIAN ->	-0,073	-0,038	0,122	0,598	0,275

Nilai F-Square

	KEPUTUSAN PEMBELIAN
RELIGIUSITAS	0,434
PERSEPSI HARGA	0,062
TREND	0,061
GAYA HIIDUP	0,006

Nilai Q-Square

	Q ² predict
Keputusan Pembelian	0,449

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

d. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

e. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

f. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

g. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

h. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

i. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

j. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

k. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

l. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

m. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

n. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

o. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

p. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

q. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

r. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

s. Penulisan harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta menggunakan kata-kata yang lugas dan jelas.

Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004
Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : pasca@uin-suska.ac.id.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Monor
Lamp.
Hal

Undang-Undang

Diindok...
Dilang...
bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

: B-4280/Un.04/Ps/HM.01/11/2023

Pekanbaru, 13 November 2023

: Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu

Satu Pintu Prov. Riau

Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: ARDILLA CINTIA
NIM	: 22290324687
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: III (Tiga) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh religiusitas, harga, trend, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i (studi pada masyarakat muslim Kecamatan Tampan kota Pekanbaru)

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Waktu Penelitian: 3 Bulan (13 November 2023 s.d 13 Februari 2024)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wasalam
Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA
NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:

Yth. Rektor UIN Suska Riau



© Hak cipta UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSULTASI

BIMBINGAN TESIS / DISERTASI MAHASISWA

NAMA

: ARDILLA CINTIA

NIM

: 222 9032 4687

PROGRAM STUDI

: S2 EKONOMI SYARIAH

KONSENTRASI

: PROMOTOR

PEMBIMBING II/CO PROMOTOR

: Dr. HJ. JULINA, SE.M.Si

JUDUL TESIS/DISERTASI

: Dr. Nanda Suryadi, SE.ME



UIN SUSKA RIAU

PASCARJANA

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

PASCARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI


SULTAN SYARIF KASIM RIAU

KONTROL KONSEP PAKSI BIMBINGAN TESIS/DISERTASI*

Penelitian ini tidak dapat dipertanggungjawabkan secara akademik tanpa bimbingan dan pengawasan Pembimbing I/Promotor. Penelitian ini dapat bertitik apakpun tanpa bimbingan dan pengawasan Pembimbing I/Promotor.

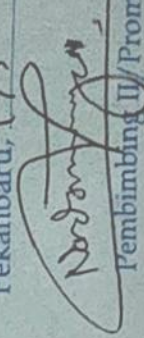
No	Waktu Konsultasi	Pembimbing/Promotor*	Proponen	Keputusan
1.	12/2023	- Pembuat Kuesioner M. Syarif Kasim Riau	State Islamic University of Riau	Disetujui
2.	19/12/2023	Revisi Kuesioner		Disetujui
3.	17/01/2024	Acc Kuesioner untuk penyebaran		Disetujui
4.	2/2/2024	Revisi Bab 4 Analisis deskriptif		Disetujui
5.	6/2/2024	Acc Bab 4		Disetujui
6.	13/2/2024	Acc Ujian Tesis		Disetujui

Catatan:
*coret yang tidak perlu

Pekanbaru, 13/02/2024

 Pembimbing I/Promotor

No	Waktu Konsultasi	Pembimbing/Promotor*	Proponen	Keputusan
1.	18/12/2023	Tulisan asistensi Riska Riady	Hak Cipta, Diilindungi Undang-Undang	Disetujui
2.	27/12/2023	Revisi 10 tdku terakhir		Disetujui
3.	24/01/2024	Pengembangan hipotesis		Disetujui
4.	5/02/2024	Tambahan teor		Disetujui
5.	12/02/2024	Dapus dan tpxu		Disetujui
6.	4/3/2024	Acc Ujian Tesis		Disetujui

Catatan:
*coret yang tidak perlu

Pekanbaru, 9/3/2024

 Pembimbing II/Promotor





PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 P E K A N B A R U
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/60603
 TENTANG



PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : B-4280/Un.04/Ps/HM.01/11/2023 Tanggal 13 November 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Nama | : | ARDILLA CINTIA |
| 2. NIM / KTP | : | 22290324687 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH S2 |
| 4. Konsentrasi | : | - |
| 5. Jenjang | : | S2 |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGARUH RELIGIUSITAS, HARGA, TREND, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SYARI' (STUDI PADA MASYARAKAT MUSLIM KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : | KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 22 November 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

Tembusan :

Ditampilkan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
3. Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
4. Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan disertasi atau sejenisnya, dengan menyebutkan sumber.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalidjerna Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



PEMERINTAH KOTA PEKANBARU KECAMATAN BINAWIDYA

Jalan H.R Subrantas No.52 Telp. (0761) 63317 Pekanbaru

Pekanbaru, 18 Januari 2024

Nomor
Sifat
Lampiran
Hal

PN.01/Kec. BW-Kessos/ 17 /2023
Biasa
-
Izin Riset / Penelitian

Kepada
Yth. **ARDILLA CINTIA**
di-
Pekanbaru

Menindaklanjuti Surat Keterangan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayana Terpadu Sath Pintu, Nomor :503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/60603 tanggal 22 November 2023, terkait izin Riset/Pra Riset atas nama :

N a m a : ARDILLA CINTIA
NIM : 22290324687
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Jenjang : S2
Judul Penelitian : PENGARUH RELIGIUSITAS, HARGA, TREND, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SYARI (STUDI PADA MASYARAKAT MUSLIM KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU)

Dengan ini kami beritahukan bahwa saudara dapat melakukan penelitian dengan judul di atas, sepanjang memenuhi aturan dan ketentuan yang berlaku selama melakukan penelitian di lingkungan Kecamatan Binawidya.

Demikian disampaikan, untuk dilaksanakan sebaiknya terima kasih.

a.n. Camat Binawidya
Kasi, Kessos



YESE POITA INDRI PUTRI, SE
NIP. 19800908 200501 2 009

2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



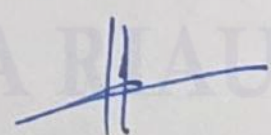
**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
 PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

NAMA : Ardilla Cintia
 NIM : 22290324607
 PRODI : Ekonomi Syariah
 KONSENTRASI : _____

NO	HARI/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARA SEKRET
	9-6-2023	Analisis pengembangan usaha rumahan (Home industry) dalam menunjang pengembangan industri halal di kota Pekanbaru	Ahmed	A
		Pengaruh leverage dan brand image terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau dalam perspektif ekonomi syariah	Fitriyus Peychedev	F
	9-6-2023	Eksistensi aktivitas ekonomi tradisional masyarakat dalam era ekonomi global di kabupaten bangkalis ditinjau menurut perspektif ekonomi islam	MHD. Rexaeldei	A
		Pengaruh hasil produksi bukidaya udang vanananti terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dalam perspektif islam (studi pada tingkat udang dasar ujung sawitong kec simpang tiga kab. Pidie prov Aceh Tahun 2020-2022)	Fitriani	
		Potensi pengembangan objek wisata halal dan pengaruhnya terhadap pendapatan UMKM di desa bukit betu kabupaten Bengkalis	Muhammad Dasio	

Pekanbaru,
 Ka. Prodi,

2023


 Dr. Trian Zulhadi, SE, M. Ec
 NIP.19760211 200710 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak meriklis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang menguraikan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- NB 1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
 2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, thesis dan disertasi
 3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
 PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

nama: Ardilla Cintia
 NIM: 22020324607
 PRODI: Ekonomi Syariah
 KONSENTRASI: _____

NAMA _____
 NIM _____
 PRODI _____
 KONSENTRASI _____

NO	HARI/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETA
1	21-3-2023	Analisis Magasidh Al-syar'ah : studi terhadap efek negatif & positif paparan sinar oleh laser laser & perampungan	Dendi Irawati	[Signature]
2	3-2023	Penyusunan regulasi tentang pemenuhan hak nafkah pengaduan Agama di provinsi Riau	Gushaini	[Signature]
3	26-5-2023	Pengaruh persepsi sikap, volabilitas dan gaya hidup terhadap kepuasan pembelian produk perawatan kulit (skincare) siswa pada remaja muslimah SMA negeri kota Pekanbaru	Denilavroza	[Signature]
4	28-5-2023	Pengaruh praktik ukur, ijarah dan pluskusi harga kolektif terhadap kesejahteraan petani di kabupaten Indragiri Hilir	Megawati	[Signature]
5	5-2023	Pengaruh citra merek dan kredibilitas terhadap loyalitas pelanggan dengan sertifikasi halal selagai variabel moderating pada produk frozen food merek umiami (studi kasus pada distributor cv. Cita Rasa Baw Pekanbaru)	Slamet elca knstanto	[Signature]
7				
8				
9				
10				

Pekanbaru,
 Direktur,

202

UIN SUSKA RIAU

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, M.Ag
 NIP. 19611230 198903 1 002

- NB
1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
 2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, thesis dan disertasi
 3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

الشهادة اختبار كفاءات اللغة العربية لغير الناطقين بها

يشهد العلق بأن:

سيد / ة : Ardilla Cintia
رقم الهوية : 1403014210004701
تاريخ الاختبار : 09-03-2024
الصلاحية : 09-03-2026

قد حصل / ت على النتيجة في اختبار الكفاءات في اللغة العربية لغير الناطقين بها

الاستماع : 54
القواعد : 41
القراءة : 42
المجموع : 457

الترقيم التعريفي

No. 34/GLC/AFT/III/2024



Powered by e-Test.id



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6308

Under the auspices of:

Global Languages Course

At: Pekanbaru

Date: 13-03-2024





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Certificate Number: 39/GLC/EPT/III/2024

ENGLISH PROFICIENCY TEST[®] CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Ardilla Cintia
 ID Number : 1403014210004701
 Test Date : 10-03-2024
 Expired Date : 10-03-2026

achieved the following scores:

Listening Comprehension : 48
 Structure and Written Expression : 47
 Reading Comprehension : 59
 Total : 513



Linati Marta Kalisah, M. Pd
 Global Languages Course Director



Powered by e-Test



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6309

Under the auspices of:
 Global Languages Course
 At: Pekanbaru
 Date: 13-03-2024



BIODATA PENULIS

Ardilla Cintia, lahir di Bengkalis pada tanggal 2 Oktober 2000. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari Bapak Abdul Rahman dan Ibu Sulastri. Adapun riwayat pendidikan formal yang telah penulis tempuh yaitu, Tamat Sekolah Dasar Negeri 005 Bengkalis tahun 2012.

Tamat pada Madrasah Tsanawiyah Swasta Nurul Hidayah pada tahun 2015. Tamat pendidikan Madrasah Aliyah Swasta Nurul Hidayah pada tahun 2018. Penulis melanjutkan pendidikan ke STAIN Bengkalis, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam pada tahun 2018 dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah dan dinyatakan Lulus pada tahun 2022. Penulis melanjutkan pendidikan di Pascasarjana Program Magister (S2) di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2022. Untuk menyelesaikan kuliah Magister, penulis menulis tesis dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Persepsi Harga, Trend Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Syar’i (Studi Pada Masyarakat Muslim Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)”. Selama penulisan tesis penulis dibimbing oleh Ibu Dr.Hj. Juliana, S.E, M.Si, (Pembimbing Utama) dan Bapak Dr. Nanda Suryadi, SE, M.E. Selaku Pembimbing kedua.

