

**PENGARUH *TREND FASHION* BUSANA MUSLIM, *REVIEW*,
DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DAUKY
DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

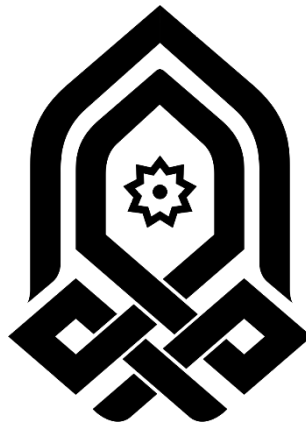
ELA
NIM. 4118185

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH *TREND FASHION* BUSANA MUSLIM, *REVIEW*,
DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DAUKY
DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ELA
NIM. 4118185

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ela

NIM : 4118185

Judul Skripsi : Pengaruh *Trend Fashion* Busana Muslim, *Review*, Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Dauky Di Kabupaten Pekalongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 29 November 2021

Yang Menyatakan,



Ela

NIM. 4118185

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Tamamudin, S. E. M.M.

JL. KH. Ahmad Dahlan, No. 332 Tirto Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ela

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Ela

NIM : 4118185

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Trend Fashion* Busana Muslim, *Review*, Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Dauky Di Kabupaten Pekalongan.

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 3 November 2021
Pembimbing,



Dr. H. Tamamudin, S.E. M.M
NIP. 197910302006041018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Ela**

NIM : **4118185**

Judul Skripsi : **Pengaruh Trend Fashion Busana Muslim, Review, Dan
Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan
Konsumen Melakukan Pembelian Produk Dauky Di
Kabupaten Pekalongan**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 31 Desember 2021 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.
NIP. 198510122015031004

Penguji II

Happy Sista Devy, M.M.
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 31 Desember 2021
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197502201999032001

ABSTRAK

ELA. Pengaruh *Trend Fashion* Busana Muslim, *Review*, Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Dauky Di Kabupaten Pekalongan.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan ekonomi seperti dalam membeli suatu produk. Di era yang modern dengan teknologi semakin maju banyak hal yang menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembelian terhadap produk busana muslim salah satunya yaitu pertimbangan *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif supaya konsumen dapat melakukan keputusan pembelian yang sesuai dengan keinginan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *sampling insidental*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan. Sedangkan secara simultan *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan

Kata kunci : *Trend Fashion* Busana Muslim, *Review*, Gaya Hidup Konsumtif, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ELA. The Effect Of Muslim Fashion Trends, Review, And Consumptive lifestyle To Consumer Decision Make a Purchase Product for Dauky Product in Pekalongan District

Purchasing decisions are activities that cannot be separated in economic activities such as buying a product. In the modern era with increasingly advanced tekchnology, many things are taken into consideration in deciding the purchase of muslim clothing products, one of which is the consideration of muslim fashion trends, review, and consumptive lifestyle so that consumers can make purchasing decisions that are in accordance with their wishes. The purpose of the study was to determine the effect of muslim fashion trends, review, and consumptive lifestyle to consumer decision make a purchase product for Dauky product in Pekalongan district.

This research is a quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 96 respondents. The sampling technique used incidental sampling method. The data analysis method used multiple linier regression with the help of SPSS 24.

The result showed that muslim fashion trends, review, and consumptive lifestyle to consumer decision make a purchase product for Dauky product in Pekalongan district. Meanwhile simultaneously muslim fashion trends, review, and consumptive lifestyle to consumer decision make a purchase product for Dauky product in Pekalongan district.

Keyword : Muslim Fashion Trends, Review, Consumptive Lifestyle, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

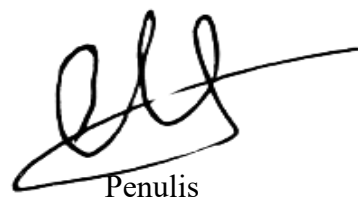
1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku rektor IAIN Pekalongan
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. Selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, MEI. Selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. Selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
5. Dr. Tamamudin, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Segenap dosen dan staff akademik fakultas ekonomi dan bisnis islam

IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu dan membantu proses kelancaran dalam masa perkuliahan

8. Orang tua saya Bapak Joyo dan Ibu Mawar serta keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral
9. Pihak toko Tiara yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
10. Sahabat yang telah membantu dan memberikan semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya harap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 8 November 2021



Penulis

MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

-QS. Al-Anfal : 46-

“Dan Allah Sebaik-Baik Pemberi Rezeki”

-QS. Al-Jumu'ah : 11-

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i>	11
2. <i>Trend Fashion</i> Busana Muslim.....	12
3. <i>Review</i>	14
4. Gaya Hidup Konsumtif	16
5. Keputusan Pembelian.....	18
B. Telaah Pustaka	21
C. Kerangka Berfikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Setting Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	31

E. Variabel Penelitian	32
F. Sumber Data	35
G. Teknik Pengumpulan Data	35
H. Metode Analisis Data	38
1. Uji Kualitas Data	38
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Analisis Regresi Linier Berganda	39
4. Uji Hipotesis	40
5. Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Data	42
1. Deskripsi Data Penelitian	42
2. Karakteristik Responden	43
3. Deskripsi Variabel	44
B. Analisis Data	54
1. Uji Kualitas Data	54
2. Uji Asumsi Klasik	60
3. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4. Uji Hipotesis	66
5. Koefisien Determinasi (R^2)	69
C. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة	ditulis	<i>mar'atun jamīlah</i>
------------	---------	-------------------------

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة	ditulis	<i>fātimah</i>
-------	---------	----------------

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-barr</i>

5. *Kata Sandang (Artikel)*

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

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidinah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan

dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البيع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجال ل	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Tabel 4.3 Agama Responden	44
Tabel 4.4 Jawaban Responden <i>Trend Fashion</i> Busana Muslim	45
Tabel 4.5 Jawaban Responden <i>Review</i>	46
Tabel 4.6 Jawaban Responden Gaya Hidup Konsumtif.....	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Trend Fashion</i> Busana Muslim	54
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel <i>Review</i>	55
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif.....	56
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.12 Uji Realiabilitas Variabel <i>Trend Fashion</i> Busana Muslim.....	58
Tabel 4.13 Uji Realiabilitas Variabel <i>Review</i>	59
Tabel 4.14 Uji Realiabilitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif	59
Tabel 4.15 Uji Realiabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4.19 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.20 Uji T	67
Tabel 4.21 Uji F	69
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Hasil Data Mentah Kuesioner Penelitian, VI
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Statistik, XXII
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian, XXIV
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik, XXXIX
- Lampiran 6 Tabel r, Tabel T, Dan Tabel F, XLI
- Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian, XLVI
- Lampiran 8 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian, XLVII
- Lampiran 9 Dokumentasi, XLVIII
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XLIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian yakni tindakan dimana tidak akan dapat dipisahkan dengan sebuah kesibukan manusia dikarenakan hampir setiap aktivitas membutuhkan sebuah keputusan. Seperti halnya dalam kegiatan pembelian produk pasti akan dihadapkan dengan sebuah pilihan mengingat sekarang ini sudah semakin banyak produk yang beredar sehingga masyarakat perlu melakukan pertimbangan ketika akan menentukan sebuah pilihan. Keputusan pembelian mempunyai posisi yang begitu penting dalam pemenuhan keperluan manusia karena jika keputusan pembelian yang diambil tepat maka akan memperoleh produk yang sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan dan diminati.

Pada saat sekarang ini yang sudah modern perubahan terjadi dimana-mana baik perubahan *trend* berbusana, gaya hidup, maupun teknologi informasi dan komunikasi yang sudah mengalami perkembangan. Salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang mengalami perkembangan yaitu internet, hadirnya internet menimbulkan perubahan atas gaya hidup dan aktivitas sebagian manusia. Internet dimanfaatkan dalam berbagai jenis bidang seperti salah satunya pada bidang ekonomi seperti untuk melakukan kegiatan jual beli secara online, penggunaan internet yang semakin meluas menjadikan perubahan pada

perilaku konsumen yang tadinya aktivitas berbelanja dilakukan langsung ditoko sekarang menjadi membeli barang secara online di marketplace.

Dengan perkembangan teknologi dan komunikasi tersebut maka di toko Tiara yang terletak di Jl. Raya Wonopringgo No.10, kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah memanfaatkan aplikasi marketplace dalam penjualannya sehingga selain menawarkan produknya secara offline toko Tiara juga menawarkan produknya secara online sehingga hal tersebut mampu meningkatkan tingkat pembelian konsumen di toko Tiara secara maksimal. Toko Tiara menjual produk busana muslim, sehingga penelitian ini dilakukan di kabupaten Pekalongan karena Pekalongan dikenal dengan kota santri dengan mayoritas penduduk Pekalongan memeluk agama islam dan didukung oleh nilai kesantrian yang kental maka dari itu mayoritas penduduk mengenakan busana muslim. Toko Tiara menjual produk dengan berbagai brand yaitu produk brand Ethica, Seply, dan Dauky, penelitian ini memilih produk Dauky karena dari ketiga produk tersebut hanya produk Dauky yang tingkat penjualannya kurang stabil dan mengalami penurunan padahal toko Tiara menjual semua brand produk tersebut dengan cara yang sama. Berikut adalah data penjualan produk Dauky di toko Tiara dari tahun 2019-2020 :

Tabel 1.1
Data penjualan tahun 2019-2020

No	Bulan	Tahun 2019	Tahun 2020
		Jumlah Penjualan/pcs	Jumlah Penjualan/pcs
1	Januari	815	702
2	Februari	802	691
3	Maret	780	679
4	April	765	664
5	Mei	739	702
6	Juni	715	620
7	Juli	834	599
8	Agustus	705	578
9	September	797	559
10	Oktober	778	531
11	November	751	515
12	Desember	729	501
Jumlah		9210	7341

Tabel 1.1 yaitu hasil dari wawancara peneliti kepada karyawan yang bekerja di toko Tiara sebagai langkah awal untuk melakukan penelitian. Fakta penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk Dauky mengalami penurunan.

Trend fashion yang sedang berlangsung juga menjadikan pertimbangan atau alasan konsumen ketika memutuskan melakukan pembelian terhadap jenis produk. *Trend fashion* yaitu merupakan gaya berpakaian yang sedang disukai pada saat sekarang ini, *trend fashion* juga menemui sebuah perkembangan yang sangat cepat, jika diperbandingkan dari suatu musim ke musim *trend fashion* mempunyai style yang berbeda-beda seperti halnya *trend fashion* berbusana muslim yang sekarang ini sudah banyak inovasi baru bermunculan mulai dari warna, model, dan motif yang lebih modern. Salah satu produk busana muslim yang dikenal dikalangan anak muda yaitu produk Dauky dimana produk tersebut merupakan produk satu perusahaan dengan brand busana muslim yang sudah terkenal yaitu Elzatta dan Noore akan tetapi produk Dauky tampil lebih trendy dengan begitu konsumen menjadi tertarik untuk mengambil keputusan membeli produk tersebut.

Walaupun produk Dauky menampilkan warna, model, dan motif yang menarik serta lebih modern mengikuti *trend fashion* busana muslim yang sedang berlangsung akan tetapi di toko Tiara belum menyediakan dan kurang mengupdate produk-produk Dauky terbaru sehingga hal tersebut kurang menarik bagi konsumen dan akhirnya berdampak pada menurunnya tingkat penjualannya. Dalam pemilihan berbusana muslim *trend fashion* busana muslim sangatlah penting sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, selain itu ketika akan berbelanja suatu produk *trend fashion* juga sangat berperan penting dalam memberikan pengaruh terhadap

seseorang ketika akan mengambil keputusan pembelian hal ini dibuktikan pada penelitian yang telah dilakukan (Yolanda, 2020) dimana menjelaskan bahwa *trend fashion* busana muslim memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Untuk meningkatkan angka pembelian, toko Tiara juga menawarkan produk Dauky secara offline dan online dimana jika secara online dilakukan melalui marketplace yang didalam marketplace tersebut terdapat fitur *review* atau sering disebut *online customer review* yang berisi ulasan ataupun argumen dari konsumen yang sudah membeli produk Dauky sehingga hal tersebut sangat menunjang dalam menarik konsumen ketika melakukan pengambilan keputusan dalam membeli produk Dauky di toko Tiara. Akan tetapi walaupun toko Tiara sudah menjual produk Dauky secara online, hal tersebut tidak menunjukkan adanya peningkatan angka dalam penjualannya karena toko Tiara kurang melakukan update dan mengupload produk Dauky di marketplace dibandingkan dengan produk lainnya yang toko Tiara jual. Sehingga dengan sedikitnya produk yang diupload dan diupdate hal tersebut akan berdampak pada *review* yang diberikan karena dengan adanya *review* mampu menjadi suatu dampak konsumen dalam memutuskan membeli produk tersebut.

Peran *review* sangatlah penting dalam memberikan dorongan seseorang ketika akan melakukan keputusan pembelian, karena didalam *review* terdapat ulasan dari konsumen yang pernah membeli atau memakai produk itu sehingga *review* dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen

ketika pengambilan keputusan saat pembelian terbukti dalam penelitian (Dzulqarnain, 2019) dimana menjelaskan jika *review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain *trend fashion* busana muslim dan *review* hal lain yang menjadi faktor pendorong seseorang dalam mengambil keputusan pembelian yaitu gaya hidup. Perkembangan yang semakin maju juga menjadikan gaya hidup seseorang mengalami perubahan seperti tingkat konsumsi yang semakin tinggi sehingga menjadi gaya hidup konsumtif. (Aini & Andjarwati, 2020) menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai gaya hidup konsumtif mempunyai tanda-tanda kehidupan yang mewah serta berlebihan bahkan tidak segan-segan untuk mengeluarkan banyak dana. Biasanya orang yang mempunyai gaya hidup konsumtif akan mudah tertarik dengan apa yang dilihatnya karena orang yang mempunyai gaya hidup konsumtif membeli barang merupakan suatu kesenangan sehingga menimbulkan tingkat konsumsi yang tinggi.

Ketika ingin membeli sesuatu biasanya seseorang mempunyai dorongan dari dirinya, dalam penelitian (Wibawanto, 2013) juga menjelaskan bahwa ketika seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli sesuatu maka ada hal-hal yang mempengaruhinya, yang pertama biasanya akan ada sebuah dorongan yang muncul pada diri orang tersebut atau dorongan secara internal. Sehingga seseorang yang mempunyai gaya hidup konsumtif akan lebih sering mengambil keputusan dalam pembelian. Namun dengan kondisi keuangan yang tidak dapat menentu ketika pandemi

seperti sekarang ini, Sebagian masyarakat lebih memilih hemat serta cermat dalam berbelanja atau mengambil keputusan dalam pembelian karena ditengah pandemi seperti sekarang ini masyarakat akan lebih memilih berbelanja kebutuhan pokok dibandingkan pakaian. Gaya hidup konsumtif memberikan peran penting ketika pengambilan keputusan karena jika orang mempunyai gaya hidup yang konsumtif nantinya cenderung lebih sering berbelanja oleh sebab itu secara tidak langsung hal tersebut mampu memberi pengaruh terhadap seseorang karena semakin sering seseorang berbelanja suatu produk maka akan lebih sering juga seseorang melakukan keputusan pembelian suatu produk hal ini terbukti seperti penelitian (Pramudi, 2015) dimana menjelaskan bahwasanya gaya hidup yang konsumtif memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Deskripsi latar belakang serta penjelasan diatas menjadikan kesempatan sekarang ini hingga saya selaku penulis menjadi tertarik guna melakukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH *TREND FASHION* BUSANA MUSLIM, *REVIEW*, DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK DAUKY DI KABUPATEN PEKALONGAN”**

B. Rumusan Masalah

Penjelasan latar belakang menghasilkan rumusan masalah seperti berikut :

1. Apakah *trend fashion* busana muslim berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan ?
2. Apakah *review* berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan ?
3. Apakah gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan ?
4. Apakah *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang dijelaskan di atas, kemudian ditarik sebuah tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *trend fashion* busana muslim terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *review* terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan.

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan.

b. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Teoristis

- a. Penelitian ini bermanfaat mengemukakan tentang *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif dimana mempengaruhi keputusan konsumen ketika melakukan kegiatan pembelian.
- b. Penelitian ini nantinya memberikan manfaat untuk bahan utama ketika melakukan penelitian selanjutnya tentang *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kedepannya.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Harapan dilakukannya penelitian ini yakni nantinya mampu mempergunakan ilmu yang telah diperoleh selama periode

perkuliahan guna membantu menghadapi permasalahan yang terjadi di kehidupan, dan diharapkan nantinya penelitian yang dilakukan mampu menjadi bahan perbandingan antara teori dengan praktik langsung yang dilakukan di lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk melakukan perencanaan, pengambilan keputusan, dan menjadi bahan untuk melakukan pengembangan bagi pimpinan dalam menyelesaikan permasalahan ketika perusahaan mengalami masalah, serta menjadi bahan dalam mengambil suatu kebijakan untuk meningkatkan aktivitas penjualan.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian nantinya bisa dipergunakan untuk acuan guna melaksanakan penelitian lebih lanjut, dan sebagai suatu hasil karya ilmiah yang mampu memberikan dan menambah pengetahuan serta wawasan yang bermanfaat bagi orang yang mempunyai minat di bidang pemasaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dari itu dapat disimpulkan seperti berikut :

1. Variabel *trend fashion* busana muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dauky di Kabupaten Pekalongan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk Dauky di toko Tiara harus sesuai dengan *trend fashion* busana muslim yang sedang berlangsung untuk meningkatkan penjualannya.
2. Variabel *review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dauky di Kabupaten Pekalongan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *review* produk dari konsumen sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan begitu sangatlah penting dilakukan update dan upload secara rutin produk Dauky untuk meningkatkan *review* yang diberikan supaya penjualan juga mengalami peningkatan
3. Variabel gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dauky di Kabupaten Pekalongan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang memutuskan membeli suatu produk karena manfaat yang dibutuhkan bukan karena melihat bahwa harga produk tersebut mahal sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri.

4. Secara simultan variabel *trend fashion* busana muslim, *review*, dan gaya hidup konsumtif berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Dauky di kabupaten Pekalongan. sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang ketika akan membeli suatu produk akan melihat terlebih dahulu *trend fashion* yang sedang berlangsung, kemudian akan melihat *review* atau penilaian yang telah diberikan pada produk tersebut sebagai bahan pertimbangan, dan seseorang membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan atau manfaat yang diperlukan.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang diberikan seperti berikut :

1. Kepada toko Tiara kabupaten Pekalongan yaitu salah satu toko yang menyediakan produk Dauky bahwa *trend fashion* busana muslim dan *review* mampu memberikan pengaruh terhadap seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap produk tertentu, sebab karena itu hendaknya selalu menyediakan produk-produk Dauky terbaru sesuai dengan trend fashion busana muslim yang sedang berlangsung dan hendaknya juga untuk selalu konsisten melakukan update dan upload produk Dauky terbaru di marketplace atau media penjualan online guna menarik konsumen karena dengan banyaknya konsumen yang tertarik untuk membeli nantinya juga dapat berdampak pada ulasan yang diberikan.

Walaupun gaya hidup konsumtif tidaklah berpengaruh dalam keputusan pembelian hendaknya toko Tiara dapat meningkatkan penjualan seperti dengan selalu konsisten menyediakan produk dauky dengan bahan baku yang terjamin dan dengan desain yang menarik.

2. Untuk peneliti selanjutnya hendaknya mampu mengembangkan faktor lainnya yang mampu memberi pengaruh dalam keputusan pembelian sehingga nantinya mampu memberi pandangan yang lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Arista, L., & Lasmana, H. (2019). Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan Di Youtube Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. *Scriptura*, 9(1), 28. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.1.26-34>
- As'ad, D. R. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung Di MTC Kota Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Universitas Jember.
- Fifina. (2019). *Pengaruh Iklan Online, Celebrity Endorser, Dan Trend Fashion Pada Minat Beli Sepatu Vans*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Handoko, B. S. D. D. T. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1st ed.). BPFE.
- Hariyanto, H. T. dan L. T. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).

- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- John M. Echols Dan Hassan Shadily. (2003). *Kamus Inggris Indonesia*. PT Gramedia.
- Kristiningrum, Intan Eva Ayu Ikasari, Poerwanto, I. S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko On-line 4 Fashion Lovers Surabaya. *E-SOSPOL XXX*, 4.
- Latan Hengky dan Selva Temalagi. (2013). *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta.
- Lubis, A. T., Irawati, N., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe , Medan. *International Journal Of Research And Review*, 7(2), 32–40.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 282. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150206.id>
- Priyatno Duwi. (2014). *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. CV Andi Offset.
- Putri, T. V. (2020). *Pengaruh gaya hidup konsumtif dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif makanan kekinian mahasiswa urban surabaya*. 8(4), 1417–1428.
- Rahma, H. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Martin (Studi Pada Mahasiswa Kota Surabaya)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Rania, L. (2018). *Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sari, Dian Novita, Achmad Fauzi DH, dan L. D. R. D. (2018). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1).
- Semuel, H., Kosasih, A. V., Novia, H., Bisnis, P., Ekonomi, F., Kristen, U., & Surabaya, P. (2007). Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50 % Discount Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 75.
- Setyawati, S. M. dan S. Z. W. (2018). Analisis Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Kesiapan Stakeholder Menuju Terbentuknya Purbalingga Sebagai Kota Kreatif). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(4), 1–14.
- Siregar Syofian. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS (Pertama)*. Prenadamedia Group.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Cv Budi Utama.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W2vXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:seJVt4qXp64J:scholar.google.com/&ots=Zgol8QL5I0&sig=oxVvjs0Yxu-2UjqCk3NqXfiv3Pw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Untung, M. S. (2019). *Metodologi Penelitian Teori Dan Praktik Riset Pendidikan Dan Sosial*. Litera.

wahyudi Taesar, Baiq Handayani R, D. S. S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *JRM*, 19(1), 1–7.

Wibawanto, S. (2013). *Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen : Pendekatan Fisiologis, Psikologis, Dan Religius*. 12(1), 119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v12i1.63>

Yolanda, H. (2020). *Pengaruh Trend Fashion Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru.