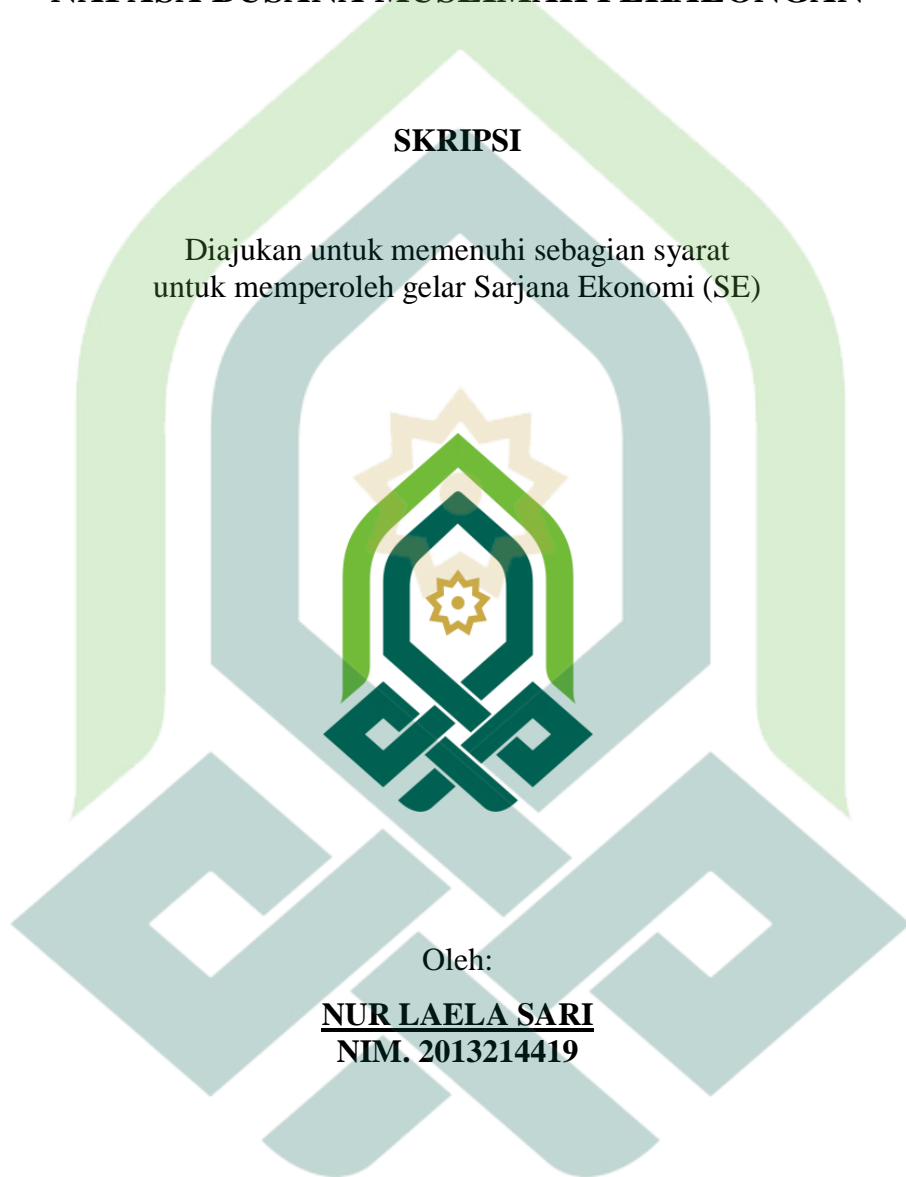


**PENGARUH *LIFE STYLE*, *FASHION INVOLVEMENT* DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *FASHION HIJAB* PADA KONSUMEN  
NAFASA BUSANA MUSLIMAH PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**NUR LAELA SARI**  
**NIM. 2013214419**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**



**PENGARUH *LIFE STYLE*, *FASHION INVOLVEMENT* DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *FASHION HIJAB* PADA KONSUMEN  
NAFASA BUSANA MUSLIMAH PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**NUR LAELA SARI**  
**NIM. 2013214419**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**

**SURAT PERNYATAAN**

**KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NUR LAELA SARI**

NIM : **2013214419**

Judul Skripsi : **PENGARUH *LIFE STYLE, FASHION INVOLVEMENT*  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *FASHION HIJAB* PADA  
KONSUMEN NAFASA BUSANA MUSLIMAH  
PEKALONGAN**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 November 2018

Yang Menyatakan,



**NUR LAELA SARI**

**NIM. 2013214419**



## NOTA PEMBIMBING

**Siti Aminah Caniago, M.S.I**

Jalan Pemuda, Kadilangu, Kab. Batang

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Laela Sari

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

**PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan sebelumnya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/i:

Nama : **NUR LAELA SARI**

NIM : **2013214419**

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh *Life Style, Fashion Involvement* dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Hijab* Pada Konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 4 Desember 2018

Pembimbing,

**Siti Aminah Caniago, M.S.I**

NIP. 1968090720060402001



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Pahlawan No. 52, Kajen, Pekalongan Tlp. (0285) 412575-412572 Fax. 423418

### PENGESAHAN

Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : NUR LAELA SARI

NIM : 2013214419

Judul Skripsi : **PENGARUH *LIFE STYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION HIJAB* PADA KONSUMEN NAFASA BUSANA MUSLIMAH PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Kamis tanggal 3 Januari 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

Penguji II

Agus Arwani, M.Ag

NIP. 197608072014121002

Pekalongan, 15 Januari 2019

Disahkan oleh

Dekan

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.

NIP. 197502201999032001



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu 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	ṣ	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 (dengantitik 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	gain	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		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة                      ditulis                      *mar'atunjamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة                              ditulis                              *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

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

Contoh:

ربنا                      ditulis                      *rabbānā*

البر                      ditulis                      *al-birr*

## 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-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	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>



## PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya, sembah sujud syukur kepada Allah SWT atas limpahan cinta dan kasih sayang-Nya, karunia dan kemurahan-Nya yang telah mengantarkan penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan perjuangan yang penuh liku. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Rosulullah Muhammad SAW.

Dengan segenap kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada orang-orang tersayang, mereka adalah :

1. Kedua orang tuaku Bapak Casmad dan Ibu Ulipah, yang telah memberikan cinta, kasih, dan sayang serta do'a yang tidak henti-hentinya mereka panjatkan sehingga bisa mencapai titik ini.
2. Saudara kandung yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil. Mas Romus, Mas Hadi, Mas Haris, Mbak Tuti, dan adikku Azizudin.
3. Teman-teman Tim Arsip dari Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Pekalongan yang selalu memberikan *supportnya*. Mas Amir, Mas Akbar, Mas Rafi, Mbak Endra, Mbak Ema.
4. Sahabat seperjuangan dalam menimba ilmu di IAIN Pekalongan. Atul, Nurul, Rifah, Su'aida, Riska, Jihan.
5. Sahabat-sahabatku dari SMP yang masih bersama hingga sampai saat ini. Aisah, Ningsih, Musiyam, Septi.
6. Orang-orang yang menginspirasi penulis.

## MOTTO

*“...sesungguhnya Allah sekali-kali tidak akan merubah sesuatu nikmat yang telah dianugerahkan-Nya kepada sesuatu kaum, hingga kaum itu merubah apa yang ada pada diri mereka sendiri...” (QS.An Anfaal 8 : 53 )*



*Ikhtiar untuk menggapai cita-cita*

*Sabar dalam menghadapi segala cobaan*

*Ikhlaskan menjalankan ketetapan-Nya*

*Bersyukur atas segala nikmat yang telah diberikan*

## ABSTRAK

**Nur Laela Sari. 2018.** Pengaruh *Life Style*, *Fashion Involvement*, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Hijab* pada Konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: Siti Aminah Caniago, M.S.I.

Pada saat ini *Fashion hijab* merupakan produk yang sedang *trend* di kalangan kaum muslimah di Indonesia. *Hijab* yang dulu dipandang sebagai hal yang kuno sekarang banyak disukai wanita, khususnya wanita muslim. Hal tersebut dikarenakan banyak munculnya model baru dalam mengenakan *hijab*. Kini fungsi *hijab* pun tidak hanya untuk menutup aurat akan tetapi juga untuk kepentingan dalam berpenampilan. Dengan adanya fenomena tersebut, para pengusaha maupun pebisnis saat ini banyak yang mengeluarkan produk-produknya berupa *fashion hijab* dengan berbagai model. Nafasa Busana Muslimah merupakan salah satu toko busana muslim di Kota Pekalongan yang menawarkan berbagai produk *hijab* sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Life Style* ( $X_1$ ), *Fashion Involvement* ( $X_2$ ), dan Religiusitas ( $X_3$ ). Sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian Produk *Fashion Hijab*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu dengan menggunakan metode sampling Insidental. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan. Untuk pengujian instrumen menggunakan Validitas, Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik. Teknik analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dengan uji t, uji F, dan uji  $R^2$ , dengan bantuan program pengolah data IBM SPSS versi 21.

Hasil uji t pada penelitian ini diketahui bahwa *life style*  $< 0.05$  yaitu 0.000 dan nilai t hitung  $3.716 > t$  tabel 1.985. *Fashion involvement*  $< 0.05$  yaitu 0.001 dan nilai t hitung  $3.561 > t$  tabel 1.985. Religiusitas  $< 0.05$  yaitu 0.047 dan nilai t hitung  $2.010 > t$  tabel 1.985. Sedangkan uji simultan F hitung  $47.325 > F$  tabel 2.47. Nilai signifikansi 0.000 juga  $< 0.05$ . Jadi, baik secara parsial maupun simultan *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada Nafasa Busana Muslimah Pekalongan. Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan oleh besarnya *adjusted r square* sebesar 0.584 yang berarti ada pengaruh sebesar 58,4% antara *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.

**Kata Kunci:** *Life Style*, *Fashion Involvement*, Religiusitas, Keputusan Pembelian Produk

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Life Style, Fashion Involvement* dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Hijab* pada Konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan”**

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah.

Dengan selesainya skripsi ini penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Dr. AM. M. Khafidz MS, M.Ag selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
4. Bapak Dr. H. A. Tubagus Surur, M.Ag selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan



6. Bapak Agus Fakhрина, S.Ag, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
7. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
8. Ibu Siti Aminah Caniago, M.S.I selaku Dosen Pembimbing yang mengajarkan dan mengarahkan Saya untuk membuat skripsi yang baik dan benar.
9. Alm. Drs Ahmad Rifa'i, M.Pd.i selaku Dosen Pembimbing Akademik selama 3,5 tahun semoga beliau diberikan tempat yang terbaik oleh-Nya.
10. Bapak Muhammad Masrur, M.S.i selaku Dosen Pembimbing Akademik selama 1 (satu) semester, semoga beliau selalu diberi kesehatan.
11. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
12. Pimpinan beserta karyawan Nafasa Busana Muslimah Cabang Medono Pekalongan yang telah membantu dalam proses penghimpunan data dalam penyusunan skripsi ini.
13. Bapak, Ibu, dan seluruh kerabat keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis.
14. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2014, khususnya Ekosy L yang telah mewarnai perjalanan studi penulis dengan berbagai kenangan indah.
15. Teman-teman KKN Angkatan 44 Desa Kluwih, Kabupaten Batang. Hadi, Khafidhin, Ulul, Afif, Nafisah, Ninik, Mifaroh, Khusnul, Nanik, Faridah, Kurni, Villiyani, Alfia, dan Sofi.

16. Keluarga Besar Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Pekalongan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk mengabdikan dan bekerja di sana sejak empat tahun yang lalu hingga sekarang ini.

Penulis berharap dan berdoa semoga amal dan jasa yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini oleh Allah SWT sebagai amal baik di sisinya dan semoga Allah selalu melimpahkan kebaikan dalam setiap langkah jejak penulis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga karya ilmiah yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 19 November 2018

Penulis



**NUR LAELA SARI**  
**NIM. 2013214419**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Sistematika Penelitian.....	12
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori .....	14
1. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Konsumen .....	14
2. <i>Life Style</i> (Gaya Hidup).....	37
3. Konsep Dasar <i>Fashion Involvement</i> .....	45
4. Religiusitas .....	53
B. Tinjauan Pustaka.....	62
C. Kerangka Berpikir.....	68
D. Hipotesis .....	70



<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>72</b>
A. Jenis dan pendekatan Penelitian .....	72
B. Setting Penelitian .....	72
C. Variabel Penelitian.....	73
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	74
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	76
F. Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data.....	81
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>94</b>
A. Deskripsi Data.....	94
B. Analisis Data.....	100
1. Uji Instrumen Penelitian .....	100
2. Uji Asumsi Klasik .....	102
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	110
4. Uji Hipotesis.....	111
C. Pembahasan .....	114
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>121</b>
A. Simpulan .....	121
B. Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



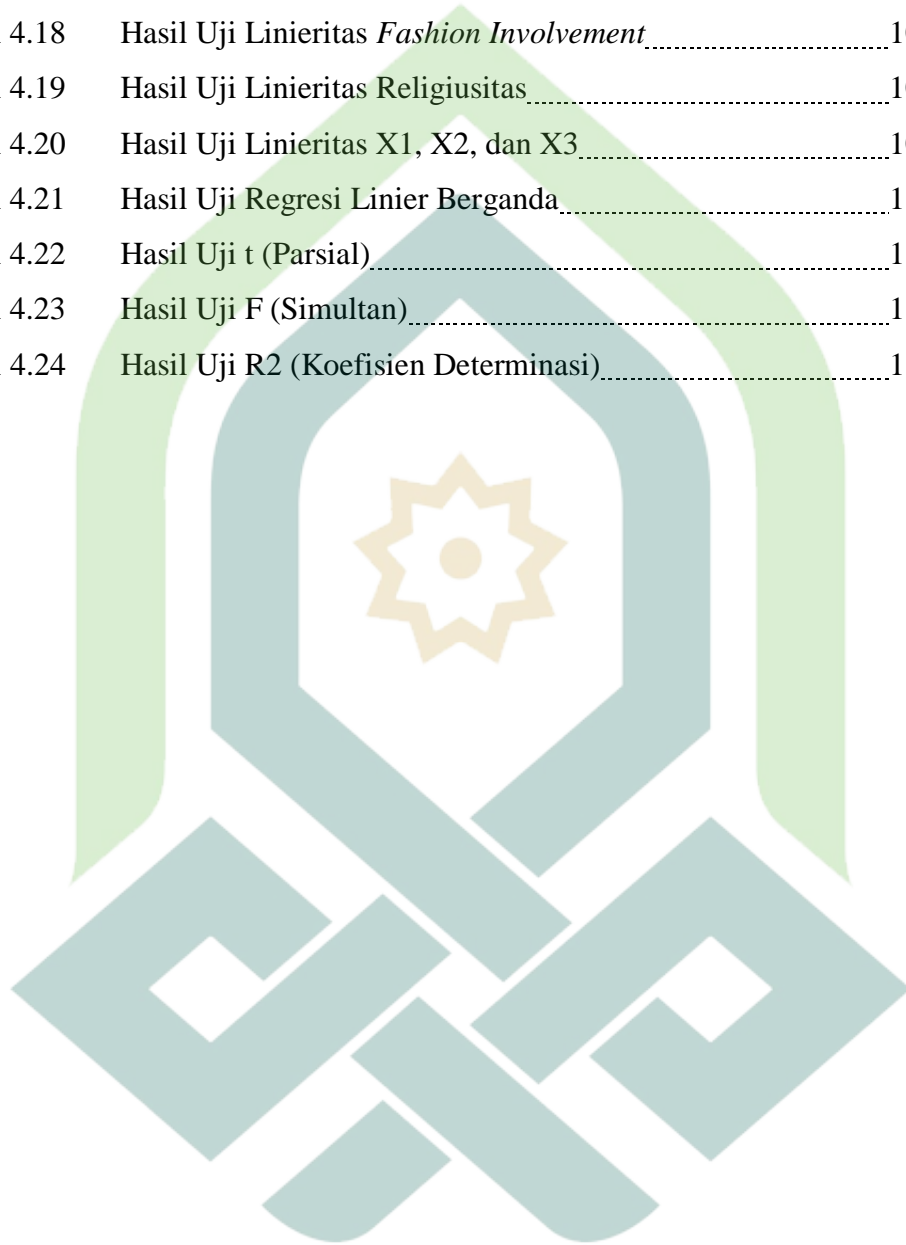


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jumlah Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif pada Subsektor Fashion berdasarkan Wilayah .....	2
Tabel 2.1	Inventarisasi Gaya Hidup.....	41
Tabel 2.2	Karakteristik Kelompok Konsumen.....	43
Tabel 2.3	Perbedaan Antara Keterlibatan Rendah dan Keterlibatan Tinggi.....	47
Tabel 2.4	Keterlibatan Keputusan Pembelian Sesuai Sifat Keputusan.....	47
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu.....	63
Tabel 3.1	Skala Likert.....	76
Tabel 3.2	Indikator Penilaian Kuesioner.....	78
Tabel 4.1	Jumlah member Nafasa Busana Muslimah Tahun 2015-2017.....	96
Tabel 4.2	Cabang Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.....	96
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	97
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	98
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	98
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	99
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Life Style</i> .....	100
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Fashion Involvement</i> .....	100
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	101
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	102
Tabel 4.13	Uji Normalitas dengan 1-KS .....	104
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas ( <i>Coefficient</i> ).....	107



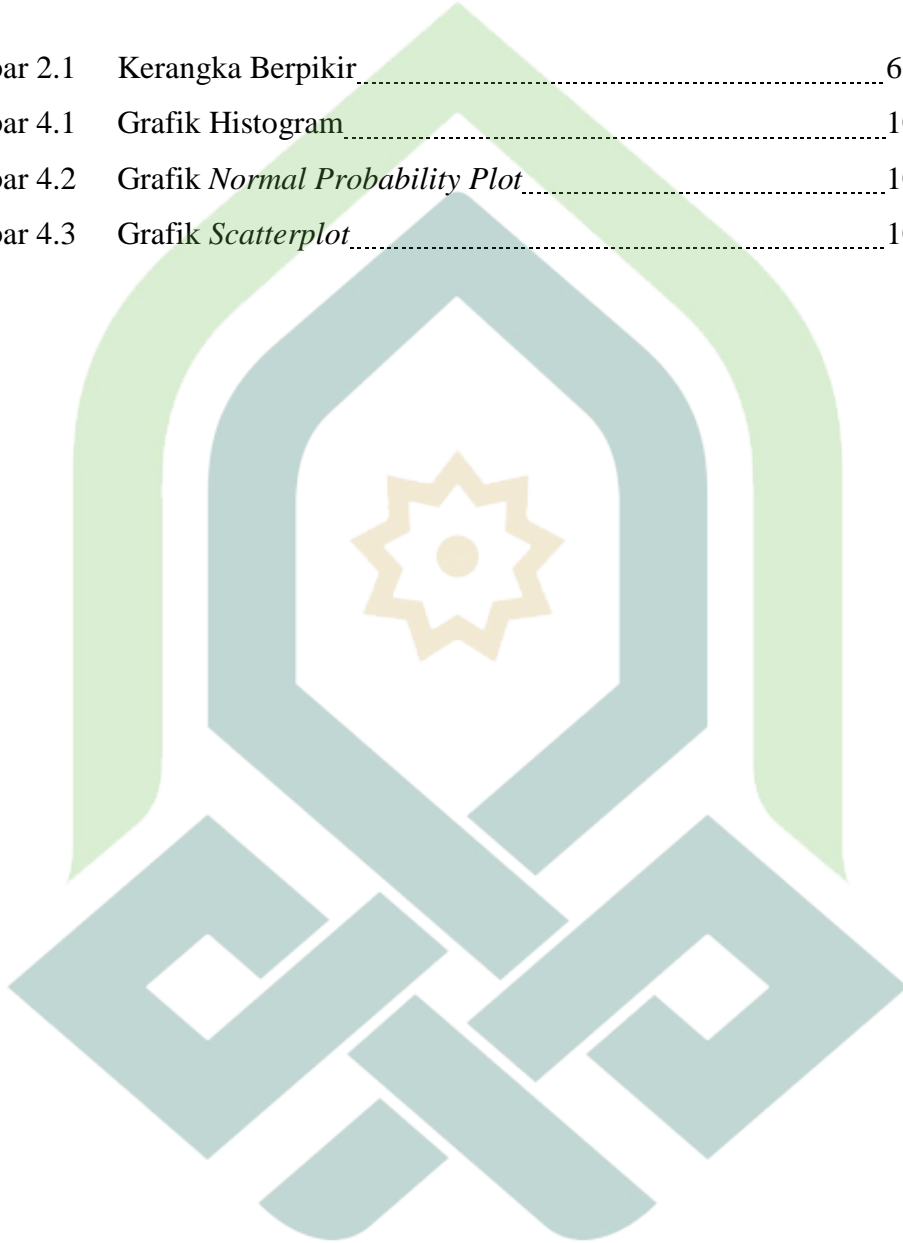
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas ( <i>Coefficient Correlations</i> ).....	107
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas <i>Life Style</i> .....	108
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas <i>Fashion Involvement</i> .....	108
Tabel 4.19	Hasil Uji Linieritas Religiusitas .....	109
Tabel 4.20	Hasil Uji Linieritas X1, X2, dan X3 .....	109
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	110
Tabel 4.22	Hasil Uji t (Parsial).....	112
Tabel 4.23	Hasil Uji F (Simultan).....	113
Tabel 4.24	Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi).....	114





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	68
Gambar 4.1	Grafik Histogram.....	103
Gambar 4.2	Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	104
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	105





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.1 Kuesioner
- Lampiran 1.2 Data Mentah Penelitian
- Lampiran 1.3 Rumus dan Tabel Penghitungan Statistik
- Lampiran 1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 1.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 1.7 Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 1.8 Surat Keterangan Penelitian dari Nafasa Busana Muslimah  
Pekalongan



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh semua orang. Oleh karena itu, pakaian ini merupakan produk yang sering dicari oleh konsumen. Apalagi saat ini banyak model pakaian yang semakin beragam macamnya. Pakaian yang menampilkan gaya/mode ini biasanya sering disebut dengan *fashion*. Pada saat ini pertumbuhan *fashion* di Indonesia semakin meningkat. Peningkatan pertumbuhan *fashion* ini memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan bisnis *fashion* baik asing maupun lokal dan juga pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) di Indonesia. Industri *fashion* ini merupakan salah satu yang menyumbangkan nilai PDB dari sektor industri kreatif.

Sektor industri kreatif terbesar yang menyumbang adalah *fashion* untuk ekspor, sementara untuk lokal paling besar kuliner. Dari data BPS (Badan Pusat Statistika), terdapat tiga subsektor ekonomi kreatif dengan pendapatan tertinggi tahun 2016 yaitu, Kuliner (41,69%), *Fashion* (18,15%), dan Kriya (15,70%). Sementara subsektor dengan pertumbuhan tertinggi tahun 2016 adalah TV & Radio (10,33%), Film-Animasi & Video (10,09%), serta Seni

Pertunjukan (9,54%). Dengan total jumlah usaha yang bergerak di sektor ekraf 2016 sebesar Rp8.203.826,00.<sup>1</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif**  
**pada Subsektor Fashion berdasarkan Wilayah**

No	Wilayah	Subsektor Fashion
1	Provinsi Banten	40.222
2	Provinsi DI Yogyakarta	22.500
3	Provinsi DKI Jakarta	96.209
4	Provinsi Jawa Barat	228.848
5	Provinsi Jawa Tengah	217.605
6	Provinsi Jawa Timur	199.746
7	Pulau Bali dan Nusa Tenggara	49.196
8	Pulau Kalimantan	56.955
9	Pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua	87.589
10	Pulau Sumatera	232.118
<b>Total</b>		<b>1.230.988</b>

Sumber <http://data.bekraf.go.id/>

Untuk nilai ekspor ekonomi kreatif Indonesia pada 2016 mencapai US\$20 miliar atau sebesar 13,77% dari total ekspor Indonesia pada 2016. Mengalami peningkatan sebesar 3,23% dari tahun 2015 dimana nilai ekspor ekonomi kreatif sebesar US\$19,3 miliar. Serta, tiga subsektor penyumbang ekspor tertinggi adalah *Fashion*, *Kriya*, dan *Kuliner*.<sup>2</sup>

Salah satu industri *fashion* yang sedang berkembang dengan pesat saat ini adalah industri *fashion hijab*. Hal ini ditandai dengan adanya kreatifitas dan inovasi baru dalam menciptakan *hijab* dengan model yang menarik, unik,

<sup>1</sup> Kris Saputri, "Semakin Diminati PDB Ekonomi Kreatif Capai Rp 1000 Triliun", <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/semakin-diminati-pdb-ekonomi-kreatif-capai-rp1000-triliun>, (diakses pada 23 Oktober 2018).

<sup>2</sup> Kris Saputri, "Semakin Diminati PDB Ekonomi Kreatif Capai Rp 1000 Triliun", <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/semakin-diminati-pdb-ekonomi-kreatif-capai-rp1000-triliun>, (diakses pada 23 Oktober 2018).

modis, dan penampilannya mengikuti perkembangan zaman. *Hijab* saat ini tidak hanya dipandang sebagai pakaian tertutup yang menggambarkan kesan kuno. Namun, *hijab* telah berinovasi menjadi pakaian yang modern sehingga tidak ketinggalan zaman. Hal tersebut yang membuat keberadaan *hijab* kini diterima secara luas di berbagai lingkungan dan status sosial.

Dengan berkembangnya *fashion hijab*, kini banyak bermunculan pelaku bisnis *hijab* di berbagai kota di Indonesia. Di Pekalongan sendiri kini banyak bermunculan *outlet-outlet* yang mengusung *hijab* dan *fashion* muslim sebagai jualan utamanya. Naiknya *trend* bisnis *hijab* juga bisa dirasakan dari munculnya beragam butik online yang beramai-ramai menawarkan desain *hijab* mereka di dunia maya.

Sejumlah pengamat *fashion* optimis, *fashion hijab* akan semakin berkembang. Menurut data Ditjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan *hijab*. Besarnya pasar ini pula yang menjadikan industri *fashion* muslim selalu meningkat 7 persen setiap tahunnya.<sup>3</sup>

Naiknya *trend hijab* tersebut menjadi peluang besar bagi beberapa *outlet* di Kota Pekalongan, salah satunya adalah Nafasa Busana Muslimah. Nafasa ini sudah lama berdiri yaitu dari tahun 1999. Nafasa ini merupakan salah satu *outlet* busana muslim yang banyak diminati dari berbagai kalangan mulai dari pelajar sampai orang tua. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah member

---

<sup>3</sup> [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id). (Diakses pada 14 Januari 2018).

secara keseluruhan sudah mencapai 6000 orang.<sup>4</sup> Nafasa Busana Muslimah ini menawarkan berbagai produk *fashion hijab* berupa jilbab dan busana muslim. Nafasa juga menawarkan berbagai macam *brand* terkenal dengan harga yang cukup terjangkau. Diantara brand tersebut adalah Rabbani, Zoya, Elzatta, Mezora, Saudia, dan sebagainya.

Untuk memenuhi permintaan konsumen, kini Nafasa Busana Muslimah telah mengembangkan bisnisnya dengan membuat *brand* sendiri dengan label Nafasa. Hingga tahun 2018 ini Nafasa telah memiliki 4 cabang yang tersebar di Kabupaten dan Kota Pekalongan yaitu di Kedungwuni, Medono, Kajen dan Jalan Kartini. Selain itu Nafasa juga membuka *outlet* di Plaza Pekalongan. Namun demikian tidak dapat dipungkiri bahwa di Pekalongan juga sudah banyak *outlet-outlet* yang mengusung *hijab* dan *fashion* muslim sebagai pejualan utama mereka. Selain itu, berbagai *brand* terkenal yang ada di Nafasa juga sudah mempunyai *outlet* tersendiri seperti Rabbani, Zoya, Elzatta, dan Mezora. Hal tersebut yang menjadikan peluang Nafasa Busana Muslimah dalam merebut perhatian konsumen cukup sulit. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar Nafasa Busana Muslimah bisa mempertahankan dan mengukuhkan diri dari kompetitornya.

Dari kejadian di atas dapat dilihat bahwa semakin berkembangnya *fashion hijab* membuat persaingan dalam dunia bisnis *fashion* saat ini semakin ketat. Jika perusahaan ingin sukses dalam menghadapi persaingan tersebut, maka perusahaan harus berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan

---

<sup>4</sup> Asih, Kepala Toko Nafasa Busana Muslimah, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 20 November 2018.



mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Konsumen dalam memilih suatu produk akan memilih berdasarkan apa yang paling disukai dari dirinya. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berperilaku seperti halnya dalam pengambilan keputusan pembelian. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut bisa berupa faktor rasional maupun emosional. Dalam penelitian ini penulis hanya berfokus pada faktor *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas.

Dalam dunia *fashion* seringkali dikaitkan dengan gaya hidup. Seiring dengan berkembangnya *trend* dalam berhijab, *life style* masyarakat pun akhirnya berubah. Masyarakat yang cenderung suka mengikuti *trend*, maka *life style* mereka pun akan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman. Apalagi di era modern ini, banyak orang yang ingin menampilkan identitas diri mereka melalui penampilan yang menarik, sehingga mempunyai citra yang baik di mata masyarakat.

*Life style* yang berkembang di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri. Di zaman modern seperti sekarang kebutuhan konsumen selalu mengarah pada *life style* yang ada. Hal ini bisa terjadi di semua kalangan dan semua usia. Dalam menggambarkan sebuah *life style* konsumen, dapat dilihat bagaimana mereka hidup dan mengekspresikan nilai-nilai yang dianutnya untuk memuaskan kebutuhannya. *Life style* konsumen dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Kebutuhan pada umumnya tetap seumur hidup setelah sebelumnya dibentuk dimasa kecil. Perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen dapat berubah oleh lingkungan.<sup>5</sup> Dimana perubahan tersebut akan cenderung berpengaruh terhadap pilihan seseorang dalam pembelian yang sesuai dengan *life style* mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Anis Rahmawati menemukan bahwa variabel gaya hidup dan kepribadian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani di Desa Undaan Lor, Kudus. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani di Desa Undaan Lor, Kudus, dengan demikian hipotesis dapat diterima.<sup>6</sup> Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel gaya hidup.

---

<sup>5</sup> Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalaw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 56.

<sup>6</sup> Isna Nailis Sa'adah, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi Kasus Pada Remaja Putri di Desa Undaan Lor Undaan Kudus)" *Skripsi*, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2016), hlm. 81.

Sesuatu yang dapat menyenangkan dan sesuai dengan karakter diri konsumen akan membuat suasana hati dan emosi konsumen positif sehingga kemungkinan konsumen terdorong untuk lebih terlibat atau *involve* dalam pencarian informasi mengenai produk. Pada umumnya keterlibatan konsumen meningkat apabila produk dan jasa yang dipertimbangkan lebih mahal, diterima secara sosial, memiliki risiko pembelian, dan situasi dimana pembelian dilakukan.

Keterlibatan (*involvement*) merupakan relevansi yang dirasakan seseorang dari objek berdasarkan kebutuhan yang melekat pada mereka, nilai, dan kepentingan.<sup>7</sup> Sedangkan *fashion involvement* mengacu pada tingkat keterlibatan dengan kategori produk *fashion*. *Fashion involvement* pada pakaian berhubungan erat dengan karakteristik pribadi dan pengetahuan *fashion* yang akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Ervia Ristiana menemukan bahwa variabel gaya hidup berbelanja dan ketertarikan *fashion* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif pakaian *distribution store* (distro) di Yogyakarta. ketertarikan *fashion* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pakaian *distribution store* (distro) di Yogyakarta, dengan demikian hipotesis dapat diterima.<sup>8</sup> Hal ini membuktikan bahwa

---

<sup>7</sup> Solomon, Michael R, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Ninth Editon*, (Pearson Education, Inc, 2011), hlm. 163.

<sup>8</sup> Ervia Ristiana, “Analisis pengaruh Hedonic Consumption Tendency, Fashion Involvement, dan Visual Merchandising terhadap Consumer Buying Decision process pada Zoya Fashion (Studi Kasus pada Konsumen Zoya Fashion Jakarta)”, *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hlm. 94-95.

keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh ketertarikan *fashion* (*fashion involvement*).

Perilaku konsumen Indonesia dalam pengambilan keputusan pembelian produk, juga dapat dikatakan sebagai bagian dari aktifitas yang berkaitan dengan religiusitas. Perilaku Konsumen Indonesia yang religius dapat dilihat dari adanya kenyataan yang menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sangat peduli terhadap isu agama. Pada umumnya, konsumen suka dengan produk yang mengusung simbol-simbol agama, sehingga para pelaku bisnis banyak yang memanfaatkan simbol-simbol agama dalam melakukan strategi pemasarannya. Namun demikian, dalam kenyataan sehari-hari masih terdapat beberapa perilaku konsumen yang tidak menunjukkan adanya religiusitas konsumen.<sup>9</sup> Misalnya dalam membeli model *hijab*, konsumen kurang memperhatikan prinsip syariah yang seharusnya dijalankan. Mereka cenderung lebih mengutamakan model *hijab* yang lagi *trend* dan modern padahal belum tentu *hijab* tersebut pantas dipakai untuk seorang muslimah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustaghfiroh menemukan bahwa variabel citra merek (*brand image*), pelayanan, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli produk rabbani di toko nafasa kedungwuni. religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk rabbani di toko nafasa kedungwuni, dengan

---

<sup>9</sup> Dwiwiyati Astogini, dkk, "Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)", (*Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Soedirman: JEBA*, Vol. 13, No. 1, 2011), hlm. 1.

demikian hipotesis dapat diterima.<sup>10</sup> Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel religiusitas.

Dilihat dari beberapa penelitian sebelumnya di atas, maka relevan untuk meneliti *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas berpengaruh terhadap produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan. Peneliti memilih lokasi penelitian di Nafasa Busana Muslimah cabang Medono Pekalongan. Dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan Nafasa Busana Muslimah cabang pertama di Kota Pekalongan, sehingga sudah mempunyai banyak pelanggan, variasi produknya sudah banyak, serta akses yang mudah dan lokasi yang strategis untuk melaksanakan penelitian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Life style*, *Fashion Involvement*, dan Religiusitas terhadap Produk *Fashion Hijab* pada Konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Apakah variabel *life style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan?

---

<sup>10</sup> Mustaghfiroh, “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Rabbani di Toko Nafasa Kedungwuni”, *Skripsi*, (Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2017), hlm. 85.

- 2) Apakah variabel *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan?
- 3) Apakah variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan?
- 4) Apakah variabel *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan?

### C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mengungkap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Adapun pembatasan masalahnya sebagai berikut.

1. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *hijab* pada Nafasa Busana Muslimah yang ada di Jalan Urip Sumoharjo No. 71 Medono Kota Pekalongan.
2. Responden dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *hijab* pada Nafasa Busana Muslimah Pekalongan yang bersedia memberikan jawaban dari kuesioner yang peneliti berikan.

#### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel *life style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
4. Untuk mengetahui variabel *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.

#### E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan perilaku konsumen dan dapat

dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas, terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* di Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi produsen, penelitian ini dapat memberikan masukan tentang pengaruh *life style*, *fashion involvement*, dan religiusitas, terhadap keputusan pembelian produk *fashion hijab* di Nafasa Busana Muslimah Pekalongan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan kedepan agar dapat bersaing dan terus berkembang.
- b. Bagi konsumen dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagaimana bentuk konsumsi yang kita lakukan.

## F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana pada masing-masing bab dibagi menjadi beberapa subbab. Berikut ini penjelasan dari masing-masing bab tersebut.

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, hipotesis, dan kerangka berpikir. Adapun landasan teori terdiri dari teori



tentang perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen, *life style* (gaya hidup), Konsep dasar *fashion involvement*, dan Religiusitas.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data, serta pembahasan.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Pada bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat hidup pendidikan, dan lampiran-lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikan variabel *life style* ( $X_1$ ) lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000 dan nilai t hitung  $3.716 > t$  tabel 1.985. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *life style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikan variabel *fashion involvement* ( $X_2$ ) lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.001 dan nilai t hitung  $3.561 > t$  tabel 1.985. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikan variabel religiusitas ( $X_3$ ) lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.047 dan nilai t hitung  $2.010 > t$  tabel 1.985. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan.
4. Berdasarkan uji hasil uji F diperoleh nilai F hitung  $47.325 > F$  tabel 2.47. Nilai signifikansi 0.000 juga lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *life style* ( $X_1$ ), *fashion involvement* ( $X_2$ ),

dan religiusitas ( $X_3$ ), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Sedangkan berdasarkan nilai koefisien determinasi atau angka *adjusted R square* diperoleh sebesar 0.584, yang berarti bahwa variabel *life style* ( $X_1$ ), *fashion involvement* ( $X_2$ ), dan religiusitas ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 58,4 % dan sisanya sebesar 41,6 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut.

### 1. Bagi pihak Nafasa Busana Muslimah Pekalongan

Nafasa Busana Muslimah Pekalongan sebagai produsen/toko yang menyediakan berbagai perlengkapan busana muslim mulai dari pakaian jilbab, dan asesoris harus lebih memperhatikan *life style* atau gaya hidup para konsumennya. Selain itu, Nafasa juga harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas baik kualitas produk maupun pelayanan dan kenyamanan dalam berbelanja.

### 2. Bagi Konsumen

Sebagai konsumen sebaiknya harus lebih bijak dalam mengelola keuangan. Diharapkan agar tidak berperilaku konsumtif, berbelanja seperlunya saja tidak berlebihan, lebih mementingkan kebutuhan daripada keinginan, dan

tidak mudah terpengaruh dengan *trend hijab* atau busana muslim yang sedang berkembang di masyarakat.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain seperti brand image, harga, pelayanan toko, merchandising, atau variabel lainnya, karena memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ahyadi, Abdul Aziz. 2001. *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*. Bandung: Sinar Baru.
- Ancok, Djameludin & Fuad Nashori Suroso. 2013. *Psikologi Islami, Solusi atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anorga, Panji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anto, M.B. Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Arif, Nur Rianto Al. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia.
- Cooper, Donal R. dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis. terjemahan Ellen G. Sitompul dan Imam Nurmawan*, Ed. 5, cet.4. Jakarta: Erlangga.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19, Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Metode Research Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Sayriah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky dan Selva Talagi. 2013. *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.



- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, cet. 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS, Ed. I, Cet. Ke-2*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, P. Joko. 1999. *Metode Penelitian: Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subandi, M.A. 2013. *Psikologi Agama dan Kesehatan Mental*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2010 *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitas, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitataif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Statistika Untuk Penelitian* Alfabeta: Bandung.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam sebagai Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*, Yogyakarta: Gava Media.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Sedia: Bandung.

## SKRIPSI/DISERTASI

- Amalia, Selvi. 2016. *“Analisis Pengaruh Hedonic Consumption Tendency, Fashion Involvement, dan Visual Merchending terhadap Consumer Buying Decision Process pada Zoya Fashion (Studi Kasus pada Konsumen Zoya Fashion Jakarta)”*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Asih, Daru. 2015. *“Dimensi-Dimensi Spiritualitas dan Religiusitas dalam Intensi Keperilakuan Konsumen”*. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Farida, Zurtha Siska. *“Pengaruh Religiusitas terhadap Motivasi Berjilbab (Studi pada Siswi Kelas X di SMAN 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)”*. Skripsi. Salatiga: STAIN Salatiga.
- Makhmutina. 2016. *“Pengaruh Halal Literacy, Religiusitas, dan Halal Involvement terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan”*. Skripsi. Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Mustaghfiroh. 2017. *“Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Rabbani di toko Nafasa Kedungwuni”*. Skripsi. Pekalongan: IAIN Pekalongan.
- Rahmawati, Anis. 2016. *“Pengaruh Brand Image dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim produk Zoya (Studi Kasus Konsumen Zoya Kudus)”*. Skripsi. Kudus: STAIN Kudus.
- Ristiana, Ervia. 2016. *“Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro)”*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sa’adah, Isna Nailis. 2016. *“Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi Kasus pada Remaja Putri di Desa Undaan Lor, Undaan Kudus)”*. Skripsi. Kudus: STAIN Kudus.

## JURNAL

- Arwani, Agus, 2013, *“Peran Spiritualitas dan Religiusitas bagi Guru dalam Lembaga Pendidikan”*, *Forum Tarbiyah: Jurnal Pendidikan Islam STAIN Pekalongan*, Vol. 11, No. 1.
- Astogini, Dwiwiyati, dkk. *“Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)”*. JEBA, Vol. 13, No. 1.

- Budiarti, Atik Catur. 2011. *“Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa”*. Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 1 No. 1.
- Habsari, Sinung Utami Hasri. 2015. *“Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer”*. Jurnal PPKM III.
- Indrawati, Devi. 2015. *“Pengaruh Merek dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya”*. Journal of Reaserch in Economic and Manajemen (JREM), Vol. 15, No.2.
- Japarianto, Edwin dan Sugiono sugiharto. 2011. *“Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya”*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6.
- Kusumastutia, Aprillia Elly dan Rizqi Ayu Kumalasarib. 2017. *“Pengaruh Faktor Relatif dan Kontekstual Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen dengan Religiusitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Fashion Busana Muslim di Semarang)”*, E B B A N K Vol. 8, No. 1.
- Nasrullah, Muhammad. 2015. *“Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Pembelian terhadap Produk”*. Jurnal Hukum Islam (JHI), Volume 13, No. 2.
- Rusadi, Made Deasy Natalia, 2014. *“Pengaruh Atribut Produk dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbuck Coffe Shop Cabang East Cost Surabaya”*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.3, No. 7.

#### INTERNET

Kris Saputri, *“Semakin Diminati PDB Ekonomi Kreatif Capai Rp 1000 Triliun”*, <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/semakin-diminati-pdb-ekonomi-kreatif-capai-rp1000-triliun>, diakses pada 23 Oktober 2018.

<http://data.bekraf.go.id/> diakses pada 20 Oktober 2018.

[www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id) diakses pada 14 Januari 2018.



Lampiran 1.1

## KUESIONER

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Saya adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Pekalongan yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Life Style, Fashion Involvement*, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Hijab* pada Nafasa Busana Muslimah Pekalongan”**. Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nur Laela Sari



## DAFTAR KUESIONER

### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (Inisial) :
2. Usia : a. < 15 tahun c. 26-35  
b. 15 – 25 d. > 35
3. Pendidikan Terakhir : a. SD c. SMA/SMK  
b. SMP d. Sarjana
4. Status : a. Kawin b. Belum Kawin
5. Pekerjaan : a. Pelajar b. Wiraswasta  
b. PNS d. Lainnya

### II. PETUNJUK PENGISIAN

Untuk pertanyaan di bawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling tepat dengan cara mencentang ( $\surd$ ) huruf pilihan yang tersedia, isilah jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan :

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**TS** : Tidak Setuju

**N** : Netral

**S** : Setuju

**SS** : Sangat Setuju

### III. DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. LIFE STYLE (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>Aktifitas</b>						
1	Saya selalu melakukan aktifitas di luar rumah dengan menggunakan hijab					
2	Saya sering melakukan aktifitas berkumpul dengan komunitas saya					



3	Saya sering belanja produk fashion hijab di toko atau outlet busana muslim					
<b>Interest</b>						
4	Saya tertarik menggunakan hijab baik di rumah maupun di luar rumah					
5	Di lingkungan saya banyak yang memakai hijab					
6	Saya suka mengikuti trend model hijab					
7	Saya selalu mencari informasi tentang fashion hijab melalui internet					
<b>Opini</b>						
8	Dengan menggunakan hijab akan meningkatkan kepercayaan diri saya					
9	Hijab merupakan pakaian yang nyaman dan pantas untuk dipakai					
10	Produk hijab di Nafasa merupakan produk yang sudah terkenal dan banyak diminati semua kalangan					
11	Produk hijab dari Nafasa harganya sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					

## 2. FASHION INVOLVEMENT (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN	STS	ST	N	S	SS
<b>Ekspresi diri</b>						
1	Bagi saya hijab itu menunjukkan karakteristik/identitas seorang muslimah					
2	Saya dapat mengetahui tentang seseorang melalui pakaian yang digunakan					
<b>Relevansi praktis</b>						
3	Selain menutup aurat hijab juga bermanfaat untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari					
4	Hijab bisa menghindarkan seseorang untuk berbuat yang tidak baik					
<b>Risiko pembelian</b>						
5	Saya biasanya mempertimbangkan beberapa faktor sebelum membeli hijab					
6	Saya biasanya meminta saran orang lain dalam hal pembelian produk					

	hijab					
7	Saya selalu mencoba terlebih dahulu produk hijab sebelum membelinya					

### 3. RELIGIUSITAS (X<sub>3</sub>)

NO	PERNYATAAN	STS	ST	N	S	SS
<b>Dimensi Ideologis</b>						
1	Saya meyakini bahwa seorang muslimah itu harus menggunakan hijab					
2	Saya menggunakan hijab itu hanya semata-mata karena perintah Allah SWT					
<b>Dimensi Ritual</b>						
3	Saya selalu menggunakan hijab pada saat ada acara di luar rumah					
4	Saya suka meluangkan waktu untuk ikut serta dalam komunitas hijabers					
<b>Dimensi Intelektual</b>						
5	Saya mengetahui bahwa perintah untuk menutup aurat itu wajib hukumnya					
6	Bagi perempuan aurat itu adalah seluruh tubuh kecuali wajah dan kedua telapak tangan					
<b>Dimensi Pengalaman</b>						
7	Saat berhijab saya merasa hati menjadi damai					
8	Walaupun berhijab saya tetap bisa menjalankan aktivitas saya seperti biasanya					
<b>Dimensi Konsekuen</b>						
9	Mengajak orang untuk menggunakan hijab itu menyenangkan					
10	Saya akan berusaha untuk mempertahankan penampilan saya yang telah menggunakan hijab					

### 4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	ST	N	S	SS
<b>Pengenalan kebutuhan</b>						
1	Hijab merupakan kebutuhan bagi wanita muslimah					
2	Hijab merupakan sarana untuk					



	mengekspresikan diri					
<b>Pencarian informasi</b>						
3	Saya mencari informasi tentang Nafasa Busana Muslimah dari keluarga dan teman teman					
4	Saya mencari informasi tentang Nafasa dari internet					
<b>Evaluasi alternative</b>						
5	Produk <i>hijab</i> dari Nafasa Busana Muslimah dapat memberikan manfaat untuk memuaskan kebutuhan					
6	Nafasa Busana Muslimah merupakan salah satu pilihan produk dalam berbusana muslim					
<b>Keputusan Pembelian</b>						
7	Saya membeli produk dari Nafasa Busana Muslimah karena kualitasnya baik					
8	Saya membeli produk dari Nafasa Busana Muslimah karena terdapat banyak merek yang sudah terkenal					
9	Saya membeli produk dari Nafasa Busana Muslimah karena harganya terjangkau					
<b>Perilaku pasca pembelian</b>						
10	Saya merasa puas membeli produk hijab di Nafasa Busana Muslimah					
11	Saya akan membeli produk hijab di Nafasa Busana Muslimah kembali					
12	Saya akan merekomendasikan Produk hijab di Nafasa Busana Muslimah ke konsumen lain					

Lampiran 1.2

**DATA MENTAH PENELITIAN**

**Karakteristik Responden**

No	Nama/Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status	Pekerjaan
1	ED	2	3	3	1	5
2	SN	2	2	3	2	1
3	IR	2	2	3	2	1
4	VN	2	2	4	2	5
5	KR	2	2	4	1	5
6	Sofia PN	2	2	4	2	3
7	AL	2	2	3	2	1
8	NF	2	2	3	2	1
9	Rhima E.P	2	2	3	2	1
10	Faridah	2	2	3	2	1
11	Mafaza	2	2	3	2	4
12	Namir	2	2	3	2	3
13	Elok	2	2	3	2	1
14	NN	2	2	2	2	3
15	Aslikhatul	2	2	3	2	1
16	MS	2	3	3	1	5
17	Amalia	2	2	3	2	1
18	Neng Fitri	2	3	3	1	4
19	Sarah	2	3	4	1	4
20	Afia	2	2	4	2	5
21	Lina	2	2	4	1	5
22	NA	2	2	3	2	1
23	Hj. Rusniyah	2	4	4	1	2
24	NF	2	2	3	2	5
25	Sulahmi	2	2	3	1	4
26	Mawar	2	2	3	2	2
27	Nia	2	4	4	1	2
28	Ikma	2	2	4	2	5
29	Nur Rizqoh	2	2	4	2	4
30	Nada Yuliana	2	1	2	2	1
31	Riski Lestari	2	1	2	2	1
32	MY	2	4	4	1	2
33	Isrowiyah	2	1	2	2	1



34	Fitrotun Nisa	2	2	3	2	4
35	Salma Sayyidah	2	2	3	2	1
36	Fatimah	2	1	2	2	1
37	Evita ED	2	2	3	2	1
38	Kurnia Rahayu	2	3	3	1	5
39	Tuti	2	2	3	1	4
40	TN	2	3	4	1	4
41	Ainul Lia	2	2	3	2	5
42	Raisa	2	2	4	2	5
43	Lisa Indria N	2	3	4	2	3
44	Siti Nur W	2	2	2	1	5
45	Kholifiyah	2	2	3	2	3
46	Sinafatun	2	3	3	2	5
47	Hasna	2	2	3	2	5
48	Amiroh	2	1	2	2	1
49	Nur Mala	2	4	4	1	4
50	Eka Istiani	2	2	3	2	5
51	Asih	2	4	3	1	5
52	Dewi Hera	2	2	4	2	2
53	Mimi	2	2	3	1	5
54	Rifah Rosyidah	2	2	3	2	1
55	JHU	2	2	3	2	3
56	ER	2	2	4	1	2
57	Susi Diani	2	3	4	1	2
58	Markha	2	2	3	2	1
59	Mifaroh	2	2	3	1	3
60	Dwi Kurnia	2	2	3	2	1
61	Risfiana	2	2	3	2	1
62	Ninik	2	2	3	2	1
63	Ismiyati	2	2	3	1	4
64	Nafisah	2	2	3	2	1
65	Khusnul	2	2	3	2	1
66	Eka	2	4	4	1	2
67	NLS	2	3	4	1	4
68	NI	2	2	3	2	1
69	Septi	2	2	3	2	1
70	Nur Aisah	2	2	4	2	5
71	SW	2	2	3	2	5
72	NS	2	2	2	2	5
73	Ningseh	2	2	2	1	3



74	Musiyam	2	2	2	1	5
75	Ikhtaroza	2	2	3	2	1
76	Rosalea	2	2	3	2	1
77	Khoiunnisa	2	2	3	1	5
78	TKH	2	4	3	2	5
79	Maulidina	2	2	3	2	3
80	Najah	2	2	2	2	1
81	LM	2	2	3	2	1
82	VR	2	2	3	2	1
83	Winarsih	2	2	2	2	1
84	Alvia	2	2	3	2	5
85	DL	2	2	4	1	3
86	Zakiyatun N	2	2	2	2	1
87	Dzikronah	2	4	3	1	4
88	Nailis Sa'adah	2	2	3	2	3
89	Alzena Verda P	2	2	2	2	1
90	Rika Apriliani	2	2	2	2	1
91	DK	2	4	3	1	4
92	HS	2	3	3	2	3
93	Villia	2	2	3	2	1
94	SP	2	2	3	2	3
95	Junaenah	2	3	4	1	2
96	Mayasari	2	3	4	1	2
97	Zannita Maula	2	2	3	2	1
98	TA	2	3	3	2	5
99	Pujiatun	2	4	3	1	5
100	LB	2	2	3	2	1

**Skor Jawaban Responden**

No	Nama Responden	Life Style (X1)											
		Aktifitas			Interest				Opini				Tot X1
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	ED	3	4	3	4	3	3	2	2	5	3	4	36
2	SN	4	3	4	3	5	2	2	4	4	4	3	38
3	IR	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	44
4	VN	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	45
5	KR	5	5	4	5	3	3	2	5	5	4	3	44
6	Sofia PN	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	52





7	AL	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	<b>47</b>
8	NF	5	3	3	3	2	3	4	5	4	3	3	<b>38</b>
9	Rhima E.P	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	<b>48</b>
10	Faridah	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	3	<b>45</b>
11	Mafaza	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	<b>34</b>
12	Namir	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	<b>38</b>
13	Elok	5	4	3	4	4	3	3	5	5	4	3	<b>43</b>
14	NN	5	3	2	5	5	3	3	4	5	5	3	<b>43</b>
15	Aslikhatul	5	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	<b>45</b>
16	MS	4	3	4	5	5	3	3	5	5	4	3	<b>44</b>
17	Amalia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
18	Neng Fitri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>54</b>
19	Sarah	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>51</b>
20	Afia	4	3	3	4	4	3	3	5	5	4	4	<b>42</b>
21	Lina	5	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	<b>42</b>
22	NA	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>51</b>
23	Hj. Rusniyah	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
24	N	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>42</b>
25	Sulahmi	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
26	Mawar	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	<b>47</b>
27	Nia	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>53</b>
28	Ikma	5	2	3	5	5	3	3	5	5	3	4	<b>43</b>
29	Nur Rizqoh	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	<b>49</b>
30	Nada Yuliana	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	<b>51</b>
31	Riski Lestari	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>54</b>
32	MY	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>52</b>
33	Isrowiyah	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	<b>51</b>
34	Fitrotun Nisa	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>53</b>
35	Salma Sayidah	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>48</b>
36	Fatimah Zahra	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>42</b>
37	Evita ED	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	<b>43</b>
38	Kurnia Rahayu	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
39	Tuti	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>48</b>
40	TN	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>51</b>
41	Ainul Lia	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	<b>50</b>
42	Raisa	5	4	5	5	5	3	4	5	5	3	4	<b>48</b>
43	Lisa Indria N	5	4	4	2	4	4	2	4	4	3	2	<b>38</b>
44	Siti Nur W	5	2	4	5	5	3	4	5	5	5	5	<b>48</b>
45	Kholifiyah	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>42</b>
46	Sinafatun	5	3	5	3	5	3	5	4	4	3	3	<b>43</b>



47	Hasna	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>54</b>
48	Amiroh	5	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	<b>42</b>
49	Nur Mala	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	<b>51</b>
50	Eka Istiani	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	<b>48</b>
51	Asih	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	<b>47</b>
52	Dewi Hera	5	2	5	5	4	4	5	5	5	4	4	<b>48</b>
53	Mimi	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
54	Rifah Rosidah	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>40</b>
55	JHU	5	2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>48</b>
56	ER	4	3	3	5	4	3	4	5	5	3	4	<b>43</b>
57	Susi Diani	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>54</b>
58	Markha	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	<b>39</b>
59	Mifaroh	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
60	Dwi Kurnia	5	5	4	5	3	3	2	5	5	4	3	<b>44</b>
61	Risfiana	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	<b>48</b>
62	Ninik	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	<b>51</b>
63	Ismiyati	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>51</b>
64	Nafisah	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	<b>47</b>
65	Khusnul	4	3	3	5	5	2	3	5	5	4	4	<b>43</b>
66	Eka	4	3	3	5	4	3	4	5	5	3	4	<b>43</b>
67	NLS	4	2	3	5	4	3	3	5	5	4	4	<b>42</b>
68	NI	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>53</b>
69	Septi	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	<b>49</b>
70	Nur Aisah	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>53</b>
71	SW	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>51</b>
72	NS	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	<b>49</b>
73	Ningseh	5	4	4	2	4	4	2	4	4	3	2	<b>38</b>
74	Musiyam	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	<b>38</b>
75	Ikhtaroza	5	2	3	5	5	3	3	5	5	3	4	<b>43</b>
76	Rosalea	5	4	5	5	5	3	4	5	5	3	4	<b>48</b>
77	Khoiunnisa	4	3	4	5	5	3	3	5	5	4	3	<b>44</b>
78	TKH	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>54</b>
79	Maulidina	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	<b>47</b>
80	Najah	5	3	3	3	2	3	4	5	4	3	3	<b>38</b>
81	LM	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>42</b>
82	VR	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	3	<b>45</b>
83	Winarsih	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>52</b>
84	Alvia	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	<b>47</b>
85	DL	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	<b>43</b>
86	Zakiyatun N	3	4	3	4	3	3	2	2	5	3	4	<b>36</b>



87	Dzikronah	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>40</b>
88	Nailis Sa'adah	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	<b>48</b>
89	Alzena V P	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>53</b>
90	Rika Apriliani	5	3	2	5	5	3	3	4	5	5	3	3	<b>43</b>
91	DK	5	5	4	5	3	3	2	5	5	4	3	3	<b>44</b>
92	HS	5	2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	<b>48</b>
93	Villia	5	4	3	4	4	3	3	5	5	4	3	3	<b>43</b>
94	SP	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>52</b>
95	Junaenah	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	<b>49</b>
96	Mayasari	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>52</b>
97	Zannita Maula	5	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	<b>45</b>
98	TA	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>48</b>
99	Pujiatun	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	<b>44</b>
100	LB	5	4	3	5	5	3	3	4	4	3	3	3	<b>42</b>

No	Nama Responden	<i>Fashion Involvement (X2)</i>							Tot X2
		Ekspresi Diri		Relevansi Praktis		Risiko Pembelian			
		1	2	3	4	5	6	7	
1	ED	5	3	5	5	4	4	4	<b>30</b>
2	SN	4	5	5	5	5	4	5	<b>33</b>
3	IR	3	3	4	3	4	5	3	<b>25</b>
4	VN	5	3	4	2	3	3	3	<b>23</b>
5	KR	5	2	4	4	3	3	4	<b>25</b>
6	Sofia PN	4	4	5	5	5	5	4	<b>32</b>
7	AL	5	4	5	5	4	3	5	<b>31</b>
8	NF	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
9	Rhima E.P	5	4	5	5	5	4	5	<b>33</b>
10	Faridah	3	5	3	5	5	4	4	<b>29</b>
11	Mafaza	4	3	3	4	3	3	3	<b>23</b>
12	Namir	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>
13	Elok	5	3	5	4	3	3	3	<b>26</b>
14	NN	4	4	5	5	4	4	4	<b>30</b>
15	Aslikhatul	5	3	5	4	4	5	3	<b>29</b>
16	MS	3	3	5	5	5	4	5	<b>30</b>
17	Amalia	4	4	4	5	5	5	4	<b>31</b>
18	Neng Fitri	4	4	5	4	5	4	5	<b>31</b>
19	Sarah	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>
20	Afia	4	3	5	5	4	3	4	<b>28</b>



21	Lina	3	3	4	4	5	2	5	<b>26</b>
22	NA	3	3	4	4	5	4	5	<b>28</b>
23	Hj. Rusniyah	5	3	5	4	4	4	3	<b>28</b>
24	N	4	3	4	4	4	4	4	<b>27</b>
25	Sulahmi	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
26	Mawar	4	3	5	4	5	4	5	<b>30</b>
27	Nia	5	4	5	5	5	4	5	<b>33</b>
28	Ikma	5	2	5	5	4	3	5	<b>29</b>
29	Nur Rizqoh	5	3	5	5	5	5	4	<b>32</b>
30	Nada Yuliana	5	5	4	5	5	5	5	<b>34</b>
31	Riski Lestari	5	5	5	5	4	4	4	<b>32</b>
32	MY	5	5	5	5	5	3	4	<b>32</b>
33	Isrowiyah	5	5	5	5	4	4	5	<b>33</b>
34	Fitrotun Nisa	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
35	Salma Sayidah	5	4	4	5	4	4	4	<b>30</b>
36	Fatimah Zahra	4	4	4	4	4	3	4	<b>27</b>
37	Evita ED	4	3	4	4	3	3	3	<b>24</b>
38	Kurnia Rahayu	5	4	5	5	5	5	5	<b>34</b>
39	Tuti	5	5	5	5	4	4	4	<b>32</b>
40	TN	5	4	5	4	4	5	4	<b>31</b>
41	Ainul Lia	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
42	Raisa	5	3	5	5	5	4	4	<b>31</b>
43	Lisa Indria N	4	3	4	3	4	4	3	<b>25</b>
44	Siti Nur W	5	4	5	5	4	3	5	<b>31</b>
45	Kholifiyah	4	3	4	4	4	4	3	<b>26</b>
46	Sinafatun	4	4	4	3	4	3	4	<b>26</b>
47	Hasna	5	5	5	5	5	3	5	<b>33</b>
48	Amiroh	5	4	4	4	4	4	4	<b>29</b>
49	Nur Mala	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
50	Eka Istiani	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
51	Asih	5	5	5	5	5	4	4	<b>33</b>
52	Dewi Hera	4	3	5	5	4	3	4	<b>28</b>
53	Mimi	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>
54	Rifah Rosidah	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>
55	JHU	5	3	5	5	3	5	5	<b>31</b>
56	ER	5	2	3	4	4	3	4	<b>25</b>
57	Susi Diani	5	5	5	5	5	2	5	<b>32</b>
58	Markha	4	3	4	4	3	4	4	<b>26</b>
59	Mifaroh	5	5	4	5	5	4	4	<b>32</b>
60	Dwi Kurnia	5	2	4	4	3	3	4	<b>25</b>



61	Risfiana	5	4	5	5	5	4	5	<b>33</b>
62	Ninik	5	5	5	5	4	4	5	<b>33</b>
63	Ismiyati	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>
64	Nafisah	4	3	5	4	5	4	5	<b>30</b>
65	Khusnul	5	3	5	5	4	4	3	<b>29</b>
66	Eka	5	3	3	4	4	3	4	<b>26</b>
67	NLS	4	4	5	4	5	4	3	<b>29</b>
68	NI	5	4	5	5	5	4	5	<b>33</b>
69	Septi	5	4	5	5	4	3	4	<b>30</b>
70	Nur Aisah	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
71	SW	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>
72	NS	5	3	5	5	5	5	4	<b>32</b>
73	Ningseh	4	3	4	3	4	4	3	<b>25</b>
74	Musiyam	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>
75	Ikhtaroza	5	2	5	4	4	3	5	<b>28</b>
76	Rosalea	5	3	5	5	5	4	4	<b>31</b>
77	Khoiunnisa	3	3	5	5	5	4	5	<b>30</b>
78	TKH	5	5	5	5	5	3	5	<b>33</b>
79	Maulidina	5	5	5	5	5	4	4	<b>33</b>
80	Najah	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
81	LM	5	3	4	4	5	4	3	<b>28</b>
82	VR	3	5	3	5	5	4	4	<b>29</b>
83	Winarsih	5	3	5	4	4	4	3	<b>28</b>
84	Alvia	5	4	5	5	4	3	5	<b>31</b>
85	DL	4	3	4	4	3	3	3	<b>24</b>
86	Zakiyatun N	5	3	5	5	4	4	4	<b>30</b>
87	Dzikronah	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>
88	Nailis Sa'adah	5	4	5	5	4	3	5	<b>31</b>
89	Alzena V P	5	5	5	5	5	3	4	<b>32</b>
90	Rika Apriliani	5	4	5	5	4	4	4	<b>31</b>
91	DK	5	2	4	4	3	3	4	<b>25</b>
92	HS	5	3	5	5	3	5	5	<b>31</b>
93	Villia	5	3	5	4	3	3	3	<b>26</b>
94	SP	4	4	5	5	5	5	4	<b>32</b>
95	Junaenah	5	5	5	5	5	4	4	<b>33</b>
96	Mayasari	5	5	5	5	5	3	4	<b>32</b>
97	Zannita Maula	5	3	5	4	4	5	3	<b>29</b>
98	TA	5	5	5	5	4	4	4	<b>32</b>
99	Pujiatun	3	3	4	3	4	5	3	<b>25</b>
100	LB	3	3	4	4	5	3	4	<b>26</b>



No	Nama Responden	Religiusitas (X3)										Tot X3
		Ideologis		Ritual		Intelektual		Pengalaman		Konsekuen		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	ED	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	45
2	SN	4	4	4	3	5	4	5	5	3	4	41
3	IR	4	5	4	3	4	4	3	4	5	3	39
4	VN	3	2	5	3	4	5	4	4	3	4	37
5	KR	5	5	3	2	5	4	4	5	5	5	43
6	Sofia PN	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	46
7	AL	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
8	NF	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	45
9	Rhima E.P	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
10	Faridah	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
11	Mafaza	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
12	Namir	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
13	Elok	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	42
14	NN	5	5	2	3	4	5	4	4	4	4	40
15	Aslikhatul	3	2	3	2	5	5	5	5	4	4	38
16	MS	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
17	Amalia	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	43
18	Neng Fitri	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
19	Sarah	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	45
20	Afia	4	5	4	3	4	5	4	3	2	4	38
21	Lina	4	5	5	2	4	5	5	5	4	5	44
22	NA	3	3	4	5	5	5	5	5	1	3	39
23	Hj. Rusniyah	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
24	N	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
25	Sulahmi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	Mawar	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47
27	Nia	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	46
28	Ikma	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
29	Nur Rizqoh	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	41
30	Nada Yuliana	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
31	Riski Lestari	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
32	MY	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
33	Isrowiyah	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	47



34	Fitrotun Nisa	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
35	Salma Sayidah	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	45
36	Fatimah Zahra	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
37	Evita ED	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	33
38	Kurnia Rahayu	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
39	Tuti	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
40	TN	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
41	Ainul Lia	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
42	Raisa	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
43	Lisa Indria N	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
44	Siti Nur W	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	44
45	Kholifiyah	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
46	Sinafatun	4	4	5	2	4	4	4	4	3	4	38
47	Hasna	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
48	Amiroh	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	46
49	Nur Mala	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
50	Eka Istiani	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
51	Asih	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
52	Dewi Hera	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	43
53	Mimi	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
54	Rifah Rosidah	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	43
55	JHU	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
56	ER	4	4	3	3	5	4	5	5	3	5	41
57	Susi Diani	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
58	Markha	4	3	4	3	5	5	4	4	3	4	39
59	Mifaroh	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
60	Dwi Kurnia	5	5	3	2	5	4	4	5	5	5	43
61	Risfiana	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47
62	Ninik	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	47
63	Ismiyati	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	45
64	Nafisah	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47
65	Khusnul	5	4	5	2	5	5	5	5	4	5	45
66	Eka	4	4	3	3	5	4	5	5	3	5	41
67	NLS	5	3	5	2	5	5	4	4	3	4	40
68	NI	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	46
69	Septi	5	3	3	3	5	5	4	5	5	5	43
70	Nur Aisah	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
71	SW	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	45
72	NS	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	41
73	Ningseh	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32



74	Musiyam	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
75	Ikhtarozza	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	47
76	Rosalea	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
77	Khoiunnisa	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
78	TKH	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	41
79	Maulidina	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
80	Najah	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	45
81	LM	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
82	VR	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
83	Winarsih	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
84	Alvia	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
85	DL	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40
86	Zakiyatun N	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	45
87	Dzikronah	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	43
88	Nailis Sa'adah	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	43
89	Alzena V P	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	40
90	Rika Apriliani	5	5	2	3	4	5	4	4	5	4	41
91	DK	5	5	3	2	5	4	4	5	5	5	43
92	HS	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
93	Villia	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	42
94	SP	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	46
95	Junaenah	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
96	Mayasari	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
97	Zannita Maula	3	3	3	2	5	5	5	5	4	4	39
98	TA	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
99	Pujiatun	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	40
100	LB	4	5	5	2	4	5	5	5	4	5	44

No	Nama Responden	Keputusan Pembelian (Y)												
		Pengenalan Kebutuhan		Pencarian Informasi		Evaluasi Alternatif		Keputusan Pembelian			Perilaku pasca Pembelian			Tot Y
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	ED	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	42
2	SN	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	43
3	IR	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	41
4	VN	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
5	KR	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	41





6	Sofia PN	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	<b>53</b>
7	AL	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>50</b>
8	NF	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	<b>42</b>
9	Rhima E.P	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	<b>45</b>
10	Faridah	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	<b>44</b>
11	Mafaza	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	<b>41</b>
12	Namir	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	<b>39</b>
13	Elok	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	<b>40</b>
14	NN	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	<b>36</b>
15	Aslikhatul	4	5	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	<b>36</b>
16	MS	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>44</b>
17	Amalia	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
18	Neng Fitri	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
19	Sarah	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
20	Afia	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	<b>42</b>
21	Lina	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
22	NA	3	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	4	<b>45</b>
23	Hj. Rusniyah	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	<b>46</b>
24	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
25	Sulahmi	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>56</b>
26	Mawar	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
27	Nia	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>56</b>
28	Ikma	5	5	4	3	4	5	3	3	4	3	4	5	<b>48</b>
29	Nur Rizqoh	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>56</b>
30	Nada Yuliana	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
31	Riski Lestari	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>57</b>
32	MY	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
33	Isrowiyah	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	<b>54</b>
34	Fitrotun Nisa	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
35	Salma Sayidah	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>46</b>
36	Fatimah Zahra	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>46</b>
37	Evita ED	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>44</b>
38	Kurnia Rahayu	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
39	Tuti	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	<b>58</b>
40	TN	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	<b>57</b>
41	Ainul Lia	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	<b>53</b>
42	Raisa	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	<b>44</b>
43	Lisa Indria N	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>37</b>
44	Siti Nur W	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	<b>50</b>
45	Kholifiyah	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	<b>45</b>



46	Sinafatun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
47	Hasna	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
48	Amiroh	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	45
49	Nur Mala	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50
50	Eka Istiani	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	Asih	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
52	Dewi Hera	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	4	46
53	Mimi	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	55
54	Rifah Rosidah	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	41
55	JHU	5	5	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	46
56	ER	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	43
57	Susi Diani	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55
58	Markha	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	45
59	Mifaroh	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	55
60	Dwi Kurnia	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	41
61	Risfiana	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	45
62	Ninik	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	54
63	Ismiyati	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
64	Nafisah	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
65	Khusnul	5	3	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	50
66	Eka	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	43
67	NLS	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	4	49
68	NI	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	56
69	Septi	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	50
70	Nur Aisah	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	57
71	SW	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	51
72	NS	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	56
73	Ningseh	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
74	Musiyam	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	39
75	Ikhtarozza	5	5	4	3	4	5	3	3	4	3	4	5	48
76	Rosalea	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	50
77	Khoiunnisa	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	44
78	TKH	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
79	Maulidina	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	58
80	Najah	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	42
81	LM	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	45
82	VR	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	44
83	Winarsih	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	46
84	Alvia	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	50
85	DL	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	44



Lampiran 1.3

## RUMUS DAN PERHITUNGAN STATISTIK

### Rumus Uji Validitas

*(product momen pearson correlation)*

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien antara variabel X dan Y

$n$  = Jumlah Sampel yang diteliti

$\sum X$  = Skor total X

$\sum Y$  = Skor total Y

### Rumus Uji Reliabilitas

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = Varians total

### Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Produk *fashion hijab*

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = *Life style*

X<sub>2</sub> = *Fashion involvement*

X<sub>3</sub> = Religiusitas

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = koefisien regresi

e = Error

#### Rumus Uji t

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

t = Nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = n-k-1

n = Jumlah sampel

#### Rumus Uji F

$$Fn = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

Fn = Nilai uji F

R = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel





### Rumus Koefisien Determinasi

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

Keterangan:

$Kd$  = Koefisien determinasi

$r^2_{xy}$  = Koefisien korelasi ganda

### Tabel Perhitungan Statistik

Distribusi Nilai  $r_{tabel}$  Signifikansi 5% dan 1%

df (n-1)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.987	0.996	0.999	0.999	1.000
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999
3	0.805	0.878	0.934	0.958	0.991
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974
5	0.669	0.754	0.832	0.874	0.950
6	0.621	0.706	0.788	0.834	0.924
7	0.582	0.666	0.749	0.797	0.898
8	0.549	0.631	0.715	0.764	0.872
9	0.521	0.602	0.685	0.734	0.847
10	0.497	0.576	0.658	0.707	0.823
11	0.476	0.552	0.633	0.683	0.801
12	0.457	0.532	0.612	0.661	0.780
13	0.440	0.514	0.592	0.641	0.760
14	0.425	0.497	0.574	0.622	0.741
15	0.412	0.482	0.557	0.605	0.724
16	0.400	0.468	0.542	0.589	0.708
17	0.388	0.455	0.528	0.575	0.693
18	0.378	0.443	0.515	0.561	0.678
19	0.368	0.432	0.503	0.548	0.665
20	0.359	0.422	0.492	0.536	0.652
21	0.351	0.413	0.481	0.525	0.640
22	0.343	0.404	0.471	0.515	0.628



23	0.336	0.396	0.462	0.505	0.617
24	0.329	0.388	0.453	0.495	0.607
25	0.323	0.380	0.445	0.486	0.597
26	0.317	0.373	0.437	0.478	0.588
27	0.311	0.367	0.429	0.470	0.579
28	0.306	0.361	0.422	0.462	0.570
29	0.300	0.355	0.415	0.455	0.562
30	0.296	0.349	0.409	0.448	0.554
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.546
32	0.286	0.338	0.397	0.435	0.539
33	0.282	0.333	0.391	0.429	0.532
34	0.278	0.329	0.386	0.423	0.525
35	0.274	0.324	0.381	0.418	0.518
36	0.270	0.320	0.376	0.412	0.512
37	0.267	0.316	0.371	0.407	0.506
38	0.263	0.312	0.366	0.402	0.500
39	0.260	0.308	0.362	0.397	0.495
40	0.257	0.304	0.357	0.393	0.489
41	0.254	0.301	0.353	0.388	0.484
42	0.251	0.297	0.349	0.384	0.479
43	0.248	0.294	0.345	0.380	0.474
44	0.245	0.290	0.342	0.376	0.469
45	0.242	0.287	0.338	0.372	0.464
46	0.240	0.284	0.334	0.368	0.460
47	0.237	0.281	0.331	0.364	0.455
48	0.235	0.278	0.328	0.361	0.451
49	0.232	0.275	0.324	0.357	0.447
50	0.230	0.273	0.321	0.354	0.443
51	0.228	0.270	0.318	0.350	0.439
52	0.226	0.268	0.315	0.347	0.435
53	0.224	0.265	0.312	0.344	0.431
54	0.222	0.263	0.310	0.341	0.428
55	0.220	0.260	0.307	0.338	0.424
56	0.218	0.258	0.304	0.335	0.421
57	0.216	0.256	0.302	0.332	0.417
58	0.214	0.254	0.299	0.330	0.414
59	0.212	0.252	0.297	0.327	0.411
60	0.210	0.250	0.294	0.324	0.407
61	0.209	0.248	0.292	0.322	0.404
62	0.207	0.246	0.290	0.319	0.401



63	0.205	0.244	0.288	0.317	0.398
64	0.204	0.242	0.285	0.315	0.395
65	0.202	0.240	0.283	0.312	0.393
66	0.201	0.238	0.281	0.310	0.390
67	0.199	0.236	0.279	0.308	0.387
68	0.198	0.235	0.277	0.306	0.385
69	0.196	0.233	0.275	0.303	0.382
70	0.195	0.231	0.273	0.301	0.379
71	0.194	0.230	0.271	0.299	0.377
72	0.192	0.228	0.270	0.297	0.374
73	0.191	0.227	0.268	0.295	0.372
74	0.190	0.225	0.266	0.293	0.370
75	0.188	0.224	0.264	0.291	0.367
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365
77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
78	0.185	0.219	0.259	0.286	0.361
79	0.184	0.218	0.258	0.284	0.358
80	0.182	0.217	0.256	0.283	0.356
81	0.181	0.215	0.255	0.281	0.354
82	0.180	0.214	0.253	0.279	0.352
83	0.179	0.213	0.252	0.278	0.350
84	0.178	0.212	0.250	0.276	0.348
85	0.177	0.210	0.249	0.274	0.346
86	0.176	0.209	0.247	0.273	0.344
87	0.175	0.208	0.246	0.271	0.343
88	0.174	0.207	0.244	0.270	0.341
89	0.173	0.206	0.243	0.268	0.339
90	0.172	0.205	0.242	0.267	0.337
91	0.171	0.203	0.240	0.265	0.335
92	0.170	0.202	0.239	0.264	0.334
93	0.169	0.201	0.238	0.263	0.332
94	0.168	0.200	0.237	0.261	0.330
95	0.168	0.199	0.235	0.260	0.329
96	0.167	0.198	0.234	0.259	0.327
97	0.166	0.197	0.233	0.257	0.325
98	0.165	0.196	0.232	0.256	0.324
99	0.164	<b>0.195</b>	0.231	0.255	0.322
100	0.163	0.194	0.230	0.254	0.321





Distribusi Nilai  $t_{\text{tabel}}$  Signifikansi 0,05

df	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	1,350	<b>1,771</b>	2,160	2,650	3,012
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704



41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636



<b>84</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
<b>85</b>	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635
<b>86</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
<b>87</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
<b>88</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
<b>89</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
<b>90</b>	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632
<b>91</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
<b>92</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
<b>93</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
<b>94</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
<b>95</b>	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
<b>96</b>	1,290	1,661	<b>1,985</b>	2,366	2,628
<b>97</b>	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
<b>98</b>	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627
<b>99</b>	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626
<b>Inf.</b>	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626



### Distribusi Nilai $F_{\text{tabel}}$ Untuk Probabilitas 0,05

Df untuk penyebut	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96



45	4.06	4.06	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78















	Pearson Correlation	.492**	.191	.393**	.434**	.641**	.544**	.677**	.568**	.598**	1	.689**	.572**	.761**
Y_10	Sig. (2-tailed)	.000	.056	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.482**	.387**	.467**	.399**	.727**	.687**	.733**	.512**	.709**	.689**	1	.685**	.837**
Y_11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.446**	.323**	.437**	.390**	.689**	.689**	.613**	.505**	.602**	.572**	.685**	1	.782**
Y_12	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.678**	.542**	.684**	.565**	.815**	.827**	.862**	.695**	.854**	.761**	.837**	.782**	1
Tot_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## 2. Uji Reliabilitas

### Life Style

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	11

### Fashion Involvement

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	7

### Religiusitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	10

### Keputusan Pembelian

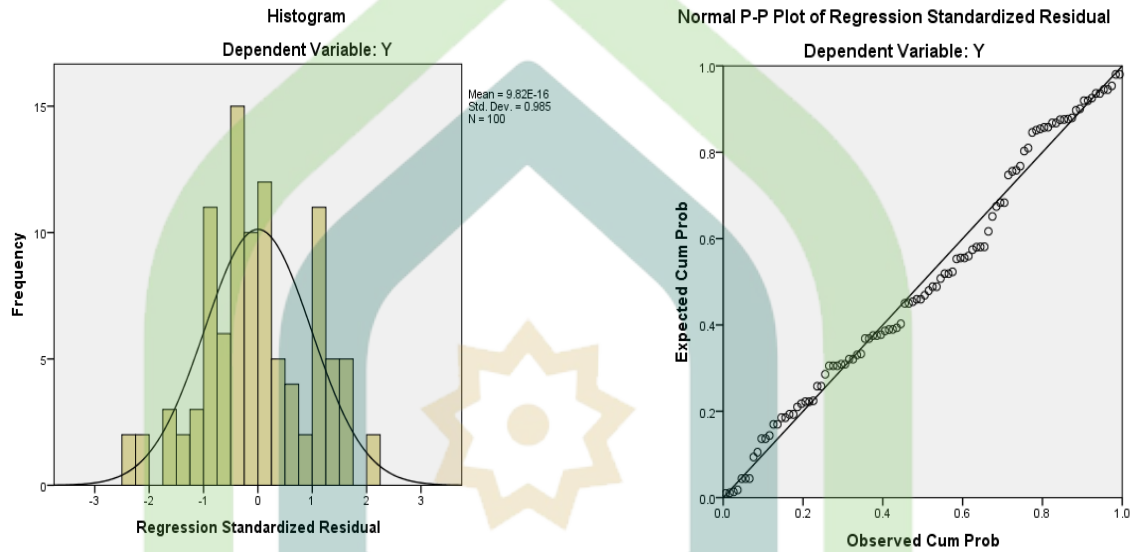
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	12

Lampiran 1.5

**HASIL UJI ASUMSI KLASIK**

**1. Uji Normalitas**



**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98473193
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.078
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.796
Asymp. Sig. (2-tailed)		.551

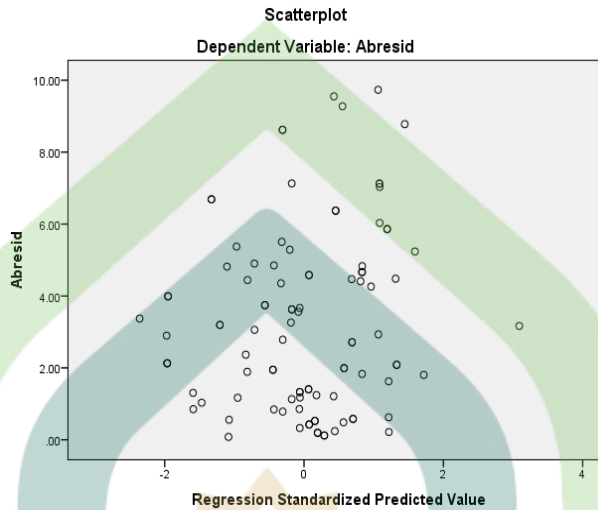
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.





## 2. Uji Heteroskedastisitas



## 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.527	1.897
	X2	.399	2.507
	X3	.520	1.922

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations

Model		X3	X1	X2	
1	Correlations	X3	1.000	-.150	-.510
		X1	-.150	1.000	-.501
		X2	-.510	-.501	1.000
	Covariances	X3	.019	-.002	-.015
		X1	-.002	.013	-.013
		X2	-.015	-.013	.047

a. Dependent Variable: Y

## 4. Uji Linieritas

Hasil Uji Linieritas *Life Style*

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Life Style	Between Groups	(Combined)	2694.976	17	158.528	8.867	.000
		Linearity	1914.694	1	1914.694	107.096	.000
		Deviation from Linearity	780.282	16	48.768	2.728	.002
	Within Groups	1466.024	82	17.878			
	Total	4161.000	99				

Hasil Uji Linieritas *Fashion Involvement*

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Fashion Involvement	Between Groups	(Combined)	2522.892	12	210.241	11.166	.000
		Linearity	2122.926	1	2122.926	112.749	.000
		Deviation from Linearity	399.966	11	36.361	1.931	.046
	Within Groups	1638.108	87	18.829			
	Total	4161.000	99				

Hasil Uji Linieritas *Religiusitas*

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	2095.908	16	130.994	5.265	.000
		Linearity	1555.358	1	1555.358	62.513	.000
		Deviation from Linearity	540.550	15	36.037	1.448	.145
	Within Groups	2065.092	83	24.881			
	Total	4161.000	99				





## Hasil Uji Linieritas X1, X2, dan X3

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-12.058	6.017		-2.004	.048
1 X1	.394	.119	.303	3.316	.001
X2	1.242	.403	.588	3.081	.003
X3	.139	.167	.091	.829	.409
Z_2	6.250	4.529	.182	1.380	.171

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 1.6

**HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.597	.584	4.182

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2482.428	3	827.476	47.325	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1678.572	96	17.485		
	Total	4161.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.935	4.758		-1.458	.148
	X1	.431	.116	.332	3.716	.000
	X2	.772	.217	.365	3.561	.001
	X3	.274	.136	.181	2.010	.047

a. Dependent Variable: Y



## “TOKO NAFASA BUSANA MUSLIMAH”

Jl. Urip Sumoharjo No. 71 Medono Pekalongan

Telp. 085869181092

---

### SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : H. Ruswanto

Jabatan : Pemilik Toko Nafasa Busana Muslimah

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Nur Laela Sari

NIM : 2013214419

Adalah mahasiswa IAIN Pekalongan Jurusan Ekonomi Syariah benar-benar telah mengadakan penelitian/riset di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono dari Bulan Oktober 2017 sampai November 2018 untuk pengumpulan data dalam penyelesaian skripsi yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan penuh tanggungjawab untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 23 November 2018

Pemilik Toko Nafasa

H. Ruswanto



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Nur Laela Sari  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 11 April 1996  
Alamat : Jl. Sytan Syahrir Gg. 20 Pasirsari Pekalongan  
No. HP : 0858-6970-7227  
E-mail : nurlaelasari127@gmail.com  
Riwayat Pendidikan :

- RA Masyitoh NU Pasirsari 03 Lulus Tahun 2002
- MIS Pasirsari 01 Lulus Tahun 2008
- SMP Negeri 08 Pekalongan Lulus Tahun 2011
- SMK Negeri 02 Pekalongan Lulus Tahun 2014
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2014

### B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Casmat  
Pekerjaan : Buruh  
Agama : Islam

2. Ibu Kandung : Ulipah  
Pekerjaan : Buruh  
Agama : Islam

3. Saudara Kandung : 1. Romuza  
2. Abdul Hadi  
3. Abdul Haris  
4. Tuti Alawiyah  
5. M. Azizudin

Agama : Islam



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan  
Website: [www.febi.iainpekalongan.ac.id](http://www.febi.iainpekalongan.ac.id) Email: [febi@iainpekalongan.ac.id](mailto:febi@iainpekalongan.ac.id)

Nomor : 798/In.30/M.6/PP.00.9/09/2018  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 September 2018

Kepada Yth,  
Pengelola Nafasa Busana Muslimah Kota Pekalongan  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Nur Laela Sari  
NIM : 2013214419

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Life Style, Fashion Involvement, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Pada Konsumen Nafasa Busana Muslimah Pekalongan".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

A.n Dekan  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Agus Fakhri, M.S.I.  
NIP. 197701232003121001



## “TOKO NAFASA BUSANA MUSLIMAH”

Jl. Urip Sumoharjo No. 71 Medono Pekalongan

Telp. 085869181092

### SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : H. Ruswanto

Jabatan : Pemilik Toko Nafasa Busana Muslimah

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Nur Laela Sari

NIM : 2013214419

Adalah mahasiswa IAIN Pekalongan Jurusan Ekonomi Syariah benar-benar telah mengadakan penelitian/riset di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono dari Bulan Oktober 2017 sampai November 2018 untuk pengumpulan data dalam penyelesaian skripsi yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan penuh tanggungjawab untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 23 November 2018

Pemilik Toko Nafasa

H. Ruswanto



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418  
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain  
pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **NUR LAELA SARI**  
NIM : **2013214419**  
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

**“PENGARUH *LIFE STYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION HIJAB* PADA  
KONSUMEN NAFASA BUSANA MUSLIMAH PEKALONGAN”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini  
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk  
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama  
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan  
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta  
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



**NUR LAELA SARI**  
**NIM. 2013214419**

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

