



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN ISLAMI MODERN PADA
MAHASISWA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

ADELIA RAHMA ARYADI 2110116027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM
SARJANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2025



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN ISLAMI MODERN PADA
MAHASISWA DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi

ADELIA RAHMA ARYADI 2110116027

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM
SARJANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adelia Rahma Aryadi

NIM : 2110116027

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Adelia Rahma Aryadi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Rahma Aryadi
NIM : 2110116027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Islami
Modern pada Mahasiswa di Jabodetabek**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Adelia Rahma Aryadi)

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN ISLAMIC MODERN PADA
MAHASISWA DI JABODETABEK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADELIA RAHMA ARYADI 2110116027


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.
Ketua Penguji



Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.
Penguji I



Dr. Sufyati HS, SE., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Subaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

Factors Influencing the Purchase Decision of Pakaian Islami Modern Among University Students in Jabodetabek

By Adelia Rahma Aryadi

ABSTRACT

Along with the growth of the halal industry in the global market, the modern Islamic fashion industry has also experienced rapid development. This is evidenced by the increasing number of modern Muslim fashion brands and the intensifying competition, highlighting the importance of understanding the factors that influence purchasing decisions for modern Islamic clothing. This study aims to analyze the influence of religiosity, influencer endorsement, and user generated content (UGC) on purchasing decisions for modern Islamic clothing. The research employs a descriptive quantitative method, with primary data collected through questionnaires distributed via Google Forms. The study population consists of Muslim students in the Jabodetabek area, with samples selected using a non-probability sampling technique based on specific criteria. Data analysis was performed using SmartPLS software. The results indicate that the three variables religiosity, influencer endorsement, and UGC have a significant influence on purchasing decisions for modern Islamic clothing. This study is expected to provide both theoretical and practical contributions, particularly for players in the modern Islamic fashion industry, in designing effective marketing strategies.

Keywords: *Influencer Endorsement, Modern Islamic Clothing, Purchasing Decision, Religiosity, User Generated Content*

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Islami Modern pada Mahasiswa di Jabodetabek

Oleh Adelia Rahma Aryadi

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan industri halal di pasar global, industri *fashion* Islami modern juga mengalami pertumbuhan pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya *brand* busana Muslim berkonsep modern dan terdapat persaingan yang semakin ketat, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pakaian Islami modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiositas, *influencer endorsement*, dan *user generated content* (UGC) terhadap keputusan pembelian pakaian Islami modern. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner berbasis Google *Form*. Populasi penelitian adalah mahasiswa Muslim di wilayah Jabodetabek, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu religiositas, *influencer endorsement*, dan UGC, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian Islami modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya bagi pelaku industri *fashion* Islami modern dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: *Influencer Endorsement*, Keputusan Pembelian, Pakaian Islami Modern, Religiositas, *User Generated Content*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 07 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Adelia Rahma Aryadi

No.Pokok Mahasiswa : 2110116027

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Islami Modern pada Mahasiswa di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A.,M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, SE., MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 07 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.L.,CDIF.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Islami Modern pada Mahasiswa di Jabodetabek” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Sufyati HS, MM, selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ade Nur Rohim, SH.M.E.I.CDIF, selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama masa studi.
3. Bapak Muhammad Anwar Fathoni Lc., MA., CDIF. dan Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A., M.E. selaku dosen penguji atas waktu dan perhatian yang telah diberikan untuk menilai serta memberikan masukan yang konstruktif terhadap penelitian penulis.
4. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan doa, dukungan moril, dan materiil tanpa henti.
5. Teman-teman terdekat penulis yang telah memberikan doa, semangat, dan kenangan yang baik selama masa studi.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 10 Desember 2024

Adelia Rahma Aryadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Religiositas.....	14
2.1.3 <i>Influencer Endorsement</i>	16
2.1.4 <i>User Generated Content (UGC)</i>	18
2.1.5 Pakaian Islami Modern	19

2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.3	Model Penelitian	35
2.4	Hipotesis	35
BAB III.....		36
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1	Definisi Operasional	36
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	37
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1	Jenis Data.....	40
3.3.2	Sumber Data	41
3.3.3	Pengumpulan Data.....	41
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	41
3.4.1	Teknik Analisis Data	41
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	42
3.4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.4.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
3.4.5	Uji Hipotesis	44
BAB IV.....		46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Keputusan Pembelian Pakaian Islami Modern	46
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	47
4.2.1	Deskripsi Data Responden	47
4.3	Analisis Data Deskriptif.....	49
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis.....	56
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
4.5	Pembahasan.....	62
4.5.1	Pengaruh Religiositas terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.5.2	Pengaruh <i>Influencer Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	63
4.5.3	Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap Keputusan Pembelian	64

BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan.....	66
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
RIWAYAT HIDUP.....	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Modest Fashion dalam GIEI (2023)	1
Tabel 2. Brand Pakaian Islami Berkonsep Modern di Indonesia.....	2
Tabel 3. Penggunaan Internet Pada Anak Muda Berdasarkan Tujuan (2023).....	5
Tabel 4. Matriks Penelitian Terdahulu	30
Tabel 5. Skala Likert	38
Tabel 6. Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks	43
Tabel 8. Parameter Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha	44
Tabel 9. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 10. Data Responden Berdasarkan Kelompok Usia	48
Tabel 11. Data Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 12. Data Responden Berdasarkan Penggunaan Sosial Media.....	48
Tabel 13. Outer Loading	56
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 15. Uji Reliabilitas	59
Tabel 16. Uji T	60
Tabel 17. Uji R-Square	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	35
Gambar 2. Respon Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
Gambar 3. Respon Terhadap Religiositas.....	51
Gambar 4. Respon Terhadap Influencer Endorsement	52
Gambar 5. Respon Terhadap User Generated Content (UGC).....	54
Gambar 6. Output SmartPLS 4.0	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Data Kuesioner 120 Responden
- Lampiran 4. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 5. Deskripsi Data Responden dan Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 6. Output Outer Model SmartPLS 4.0
- Lampiran 7. Hasil Output Model SmartPLS 4.0