



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
MODEST FASHION DI JAKARTA
DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

RIZKI ALAM SYAH 2110116070

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
MODEST FASHION DI JAKARTA
DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

RIZKI ALAM SYAH 2110116070

**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 : Rizki Alam Syah

NIM : 2110116070

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

Jakarta, 06 Januari 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and green, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'POS', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'GENERAL TEMPEL'. A unique alphanumeric code '9C7EAMX159990561' is printed at the bottom of the stamp.

(Rizki Alam Syah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rizki Alam Syah
NIM : 2110116070
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:

**Determinan Keputusan Pembelian *Modest Fashion* di Jakarta
dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening**

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 : 06 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Rizki Alam Syah)

SKRIPSI

DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *MODEST FASHION* DI JAKARTA DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RIZKI ALAM SYAH 2110116070

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 06 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.
Ketua Penguji



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



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A, CDIF
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, 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

***Determinan of Purchasing Decisions
for Modest Fashion in Jakarta
with Consumer Attitude as An Intervening Variable***

By Rizki Alam Syah

Abstract

Indonesia has significant potential in advancing halal products globally. However, there are challenges, including a decline in halal product exports from 2022 to 2023 and stagnant global rankings in Indonesia's modest fashion. This suggests limited growth in modest fashion consumer interest, particularly in Jakarta. This study examines the influence of religiosity and e-WOM on modest fashion purchasing decisions in Jakarta, with consumer attitudes as an intervening variable. Using quantitative methods, data were collected through questionnaires and analyzed with SmartPLS. The results of this study indicate that religiosity and e-WOM have a significant positive effect on consumer attitudes. Then, religiosity, e-WOM, and consumer attitudes have a significant positive effect on modest fashion purchasing decisions in Jakarta. The results also show that there is a significant positive effect of consumer attitudes in mediating religiosity and e-WOM on modest fashion purchasing decisions in Jakarta. Through this research, to increase sales of modest fashion products, clear product details and customer satisfaction are needed to get good e-WOM and in line with one's level of religiosity.

Keywords: *consumer attitude, e-WOM, modest fashion, purchasing decisions, and religiosity.*

Determinan Keputusan Pembelian
***Modest Fashion* di Jakarta**
dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening

Oleh Rizki Alam Syah

Abstrak

Indonesia memiliki peluang besar dalam hal kemajuan produk halal di dunia. Namun, terdapat masalah dalam ekspor produk halal di Indonesia yang mengalami penurunan dari tahun 2022 hingga 2023, serta tidak adanya peningkatan posisi peringkat *modest fashion* Indonesia di dunia. Fenomena tersebut menandakan tidak adanya perkembangan signifikan konsumen dalam pembelian *modest fashion*, khususnya di Jakarta. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan bagaimana pengaruh dari religiositas dan *e-WOM* terhadap keputusan pembelian *modest fashion* di Jakarta dengan sikap konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, serta memakai analisis PLS menggunakan alat uji *SmartPLS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas dan *e-WOM* berpengaruh positif signifikan terhadap sikap konsumen. Kemudian, religiositas, *e-WOM*, dan sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *modest fashion* di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa, adanya pengaruh positif signifikan sikap konsumen dalam memediasi religiositas dan *e-WOM* terhadap keputusan pembelian *modest fashion* di Jakarta. Melalui penelitian ini, untuk meningkatkan penjualan produk *modest fashion*, maka diperlukan detail produk yang jelas dan kepuasan pelanggan untuk mendapatkan *e-WOM* yang baik serta sejalan dengan tingkat religiositas seseorang.

Kata Kunci: *e-WOM*, keputusan pembelian, *modest fashion*, religiositas, dan sikap konsumen.



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 Senin , tanggal 06 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rizki Alam Syah

No.Pokok Mahasiswa : 2110116070

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEST FASHION DI JAKARTA DENGAN SIKAP
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

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

Penguji

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

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat diberikan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Determinan Keputusan Pembelian *Modest Fashion* di Jakarta dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening.”** Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan dan bimbingan yang peneliti terima dari berbagai pihak, tidak akan menjadikan peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Maka, peneliti ingin sampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ, Ibu Indri Arrafi Juliannisa, S.E, M.E. selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi UPNVJ, dan Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah UPNVJ. Peneliti turut menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A, CDIF selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing, dan memberikan masukan serta saran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, serta dosen penguji peneliti, yaitu Ibu Dr. Sufyati HS, S.E, M.M. dan Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.

Peneliti turut menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, yaitu Bapak Achmad dan Ibu Dedeh Kurniasih, serta keempat kakak peneliti, yaitu Sdr. Dendi Adam, Sdr, Andriansyah, Sdri. Dewi Rahmawaty, dan Sdri. Maha Nadia. Ucapan terima kasih pula peneliti sampaikan kepada teman satu bimbingan peneliti, yaitu Abiyyu, Safira Rizky, Faiza, Dayanah, Juliana, dan Andini, teman seperjuangan peneliti, yaitu Akmal, Fauzii, Ibrahim, Naufal Empy, Randhika, dan Ilham Alivian, serta seluruh teman seangkatan tahun 2021 Prodi S1 Ekonomi Syariah UPNVJ.

Peneliti harapan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk seluruh pihak yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

Jakarta, 20 Desember 2024

Rizki Alam Syah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Sikap Konsumen	15
2.1.3 Religiositas	17
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	20
2.1.5 <i>Modest Fashion</i>	23
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.3 Model Penelitian	37
2.4 Hipotesis	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1 Definisi Operasional	39
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat)	39
3.1.3 Variabel Independen (Bebas)	39
3.1.4 Variabel Intervening	40
3.1.5 Pengukuran Variabel	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data	43
3.3.3 Pengumpulan Data	43
3.4 Teknik Analisa Data	44
3.4.1 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	44
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	44
3.4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	45
3.4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
3.4.5 Uji Hipotesis	46
3.4.6 Pengujian Efek Mediasi	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian	50
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis Data	55
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	55
4.3.2 Analisis Data Inferensial	61
4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Pengaruh Religiositas terhadap Sikap Konsumen	71
4.4.2 Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap Sikap Konsumen	73

4.4.3 Pengaruh Religiositas terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.4 Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4.5 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	80
4.4.6 Pengaruh Sikap Konsumen Dalam Memediasi Religiositas terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.7 Pengaruh Sikap Konsumen Dalam Memediasi <i>e-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian	83
BAB V KESIMPULAN	85
5.1 Simpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data 15 Negara Peringkat Teratas Produk Halal di Dunia	1
Tabel 2 Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3 Skala Likert	40
Tabel 4 Pengukuran Variabel	41
Tabel 5 Keterangan Nilai Indeks Responden	45
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan Terakhir	52
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	53
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek <i>Modest Fashion</i> yang Pernah Dibeli	54
Tabel 13 <i>Outer Loading</i>	61
Tabel 14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64
Tabel 15 <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 16 Uji Reliabilitas	66
Tabel 17 Uji <i>R-Square</i>	67
Tabel 18 Uji T-Statistik	68
Tabel 19 Uji Mediasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peringkat <i>Modest Fashion</i> Indonesia di Dunia	4
Gambar 2 Model Penelitian	37
Gambar 3 Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	56
Gambar 4 Jawaban Responden terhadap Variabel Religiositas	57
Gambar 5 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>e-WOM</i>	59
Gambar 6 Jawaban Responden terhadap Variabel Sikap Konsumen	60
Gambar 7 <i>Outer Loading</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2 Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Kuesioner 160 responden

Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7 *Output Outer Model* PLS

Lampiran 8 Hasil *Output* Model PLS