

ABSTRAK

Outfit syariah merupakan salah satu kebutuhan dasar yang harus selalu terpenuhi dikalangan wanita muslim, perkembangan *trendfashion* yang semakin berkembang menjadi jawaban bagi wanita muslim yang ingin berpakaian sesuai syariah dan tetap *fashionable*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, *trendfashion* busana syar'i dan harga terhadap keputusan pembelian outfit syariah (studi pada mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura).

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura angkatan 2017 hingga 2022. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, dan analisis dengan menggunakan software SPSS IBM 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kontribusi variabel religiusitas (X1), *trendfashion* (X2) dan harga (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 59,1%. Sedangkan secara simultan variabel religiusitas dan *trendfashion* berpengaruh secara simultan bersama-sama terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 44,392 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,10 dengan kriteria pengujian, nilai $Sig < 0,05$.

Kata kunci : Religiusitas, *Trendfashion*, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Islamic clothing is one of the basic needs that must always be fulfilled among Muslim women, the development of fashion trends which are increasingly developing is the answer for Muslim women who want to dress according to sharia and remain fashionable. This study aims to determine the effect of religiosity, syar'i fashion trends and prices on purchasing decisions of sharia outfits (a study on female students of the Faculty of Islam, Trunojoyo University, Madura).

This research was conducted with quantitative methods, using validity, reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The population in this study were active female students of the Faculty of Islam, University of Trunojoyo Madura, class of 2017 to 2022. The sampling technique in this study used purposive sampling, and analysis using SPSS IBM 22 software.

The results of this study indicate that partially the contribution of religiosity (X1), fashion trend (X2) and price (X3) to the purchasing decision variable (Y) is 59.1%. Whereas simultaneously the variables religiosity and fashion trend simultaneously influence purchasing decisions, this is evidenced by the Fcount value of 44.392 greater than the Ftable of 3.10 with the testing criteria, the Sig value < 0.05 .

Keywords: Religiosity, Fashion Trend, Price, Purchase Decision.