

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN HIJAB PASHMINA DI KALANGAN GEN
Z KOTA PADANG, DI MEDIASI OLEH BRAND IMAGE**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh:

Tika Meliya Putri

Nim. 2116030023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

IMAM BONJOL PADANG

1447H / 2025M

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSYAH

Skripsi dengan judul “*Pengaruh Religiusitas dan Brand Awareness terhadap Keputusan Penggunaan Hijab Pashmina Di Kalangan Gen Z Kota Padang, Di Mediasi Oleh Brand Image.*” disusun oleh Tika Meliya Putri NIM. 2116030023 telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang pada hari Selasa, 22 Juli 2025 dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 26 Juli 2025

Tim Penguji

Ketua

Prof. Dr. Rozalinda, M.Ag
NIP. 197011062000032003

Sekretaris

Sri Ramadhan, S.HI, M.SI
NIP. 198504242015032006

Anggota

Penguji I

Sri Ramadhan, S.HI, M.SI
NIP. 198504242015032006

Penguji II

Abdi Fachlan, M.M
NIP. 199401242020121020

Pembimbing

Pembimbing I

Prof. Dr. Rozalinda, M.Ag
NIP. 197011062000032003

Pembimbing II

Helmaliā, S.E, M.M
NIP. 198305122009122006

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Imam Bonjol Padang



Prof. H. Ahmad Wira, M.Ag., Ph.D
NIP. 197112011996031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Penggunaan Hijab Pashmina Di Kalangan Gen Z Kota Padang, Di Mediasi Oleh Brand Image”** yang disusun oleh Tika Meliya Putri NIM. 2116030023 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan di setujui untuk diajukan ke sidang Munaqasah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 16 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Rozalinda, M. Ag
197011062000032003



Helmalia, S. E., M.M NIP.
NIP. 198305122009122006

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Religiusitas Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Penggunaan Hijab Pashmina Di Kalangan Gen Z Kota Padang, Di Mediasi Oleh Brand Image**” adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau dipublikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah dipublikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang, 13 Juli 2025

Menyatakan



Tika Meliya Putri

NIM. 2116030023

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Penggunaan Hijab Pashmina Di Kalangan Gen Z Kota Padang, Di Mediasi Oleh Brand Image”** disusun oleh Tika Meliya Putri dengan NIM 2116030023, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Fenomena meningkatnya tren penggunaan hijab pashmina, penggunaan hijab pashmina menjadi hal umum dan tidak hanya dianggap sebagai kewajiban agama tetapi juga bagian dari gaya hidup, digunakan para remaja, mahasiswa dan juga ibu rumah tangga. Pashmina ini sudah lama diperkenalkan, tetapi baru berkembang dan banyak digunakan pada saat ini. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji bagaimana pengaruh “religiusitas dan *brand awareness* terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang, di mediasi oleh *brand image*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner sebanyak 150 responden yang berjenis kelamin perempuan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan uji SEM-PLS sebagai alat analisisnya. Populasi pada penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Padang. Hasil dari pengujian data menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. *Brand awareness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. Selain itu, *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand image* penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. *Brand awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand image* penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. Namun, *Brand image* tidak mampu memediasi pengaruh Religiusitas terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang. Sedangkan, *Brand image* mampu memediasi pengaruh *Brand awareness* terhadap keputusan penggunaan hijab pashmina di kalangan Gen Z Kota Padang.

Kata Kunci : Religiusitas, Brand Awareness, Keputusan Penggunaan, Brand Image

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang sudah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang penuh ilmu seperti pada saat sekarang ini. Penulisan skripsi ini dalam rangka pemenuhan tugas akhir serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Dengan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Penggunaan Hijab Pashmina Di Kalangan Gen Z Kota Padang, Di Mediasi Oleh Brand Image”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa ada arahan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pihak-pihak yang turut mendukung dan membimbing penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih untuk keluarga terutama untuk sosok yang sangat berarti dalam hidup penulis yaitu ibunda tersayang Enggrawati dan ayahanda Irzal atas kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd selaku Rektor UIN Imam Bonjol Padang beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Bapak Prof. H. Ahmad Wira, M. Ag, M. Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Bapak Dr. Roni Andespa, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, serta Ibu Faznil Husna S. Rasyad, MBA selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

4. Ibu Prof. Dr. Rozalinda, M. Ag selaku dosen Penasehat Akademik (PA) serta pembimbing I, dan Ibu Helmalia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu serta masukan yang membangun sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
5. Ibu Sri Ramadhan, S. HI, M.SI selaku dosen penguji I, serta Bapak Andre Wiratha, M.M dan Bapak Abdi Fadhlani, M.M selaku penguji II yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam penulisan skripsi ini serta telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini.
6. Seluruh dosen, Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta mendidik penulis selama masa perkuliahan.
7. Adik tercinta, Rehan Andika dan para sepupu Nadila Lailany Numai dan Yoshe Ardelia Zulfi yang telah memberikan semangat dan dukungan serta menjadi penghibur penulis dikala penat dan lelah.
8. Kepada seseorang yang istimewa bagi penulis, terima kasih telah hadir sebagai pendengar setia saat penulis merasa lelah, sebagai penyemangat ketika semangat mulai memudar, dan sebagai pengingat bahwa setiap perjuangan ini akan membuahkan hasil. Terima kasih atas kesabaran dalam memahami kesibukan penulis, dan atas keyakinan yang selalu kamu berikan bahwa penulis mampu menyelesaikan ini. Kehadiranmu menjadi sumber kekuatan yang tak ternilai, memberikan rasa tenang di tengah tekanan, dan menghadirkan senyum di tengah rasa penat. Semoga keberhasilan kecil ini menjadi awal dari banyak pencapaian lain yang bisa kita raih bersama. Terima kasih telah menjadi bagian terpenting dari perjalanan ini, dan semoga Allah selalu menjaga langkah kita, baik dalam suka maupun duka.
9. Sahabat “ Kos Nadia” (Alia Nur Insyaffitri, Resti Oktariani, Siti Nur Aisyah, Dian Utari, Nabila Fiona Aprilia, Yolanda, Fegita Sari, dan Nadya Putri Ilfa) terima kasih sudah selalu ada dan menemani hari-hari perkuliahan penulis sehingga menjadi kenangan yang sangat indah dan akan selalu

penulis kenang, terima kasih atas dukungan, motivasi, semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Selanjutnya teman baik penulis (Umami Atikah dan Theresia Riannita Sijabat) terima kasih telah menjadi teman baik penulis selama perkuliahan ini dan memberikan dukungan, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.

10. Teman senagkatan dan seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 21, terimakasih atas pengalaman dan kenangannya selama dibangku perkuliahan.
11. Teman-teman KKN- Regular periode 50 UIN Imam Bonjol Padang di Lubuak Landua Aua Kuniang, Kabupaten Pasaman Barat. Terkhususnya (Latifa Ramadhani, Cindy Annisa Putri, Surya Hayati, Tari Sepsa Lesmara, Zahara Butsainah Khairany, Asmi Nur Adinda, dan Riska Aulia Putri) terima kasih telah menjadi keluarga baru penulis dan menemani hari-hari penulis serta memberikan semangat dan *support* dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis tulis satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, mudah-mudahan Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta membalas kebaikan kita semua.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih untuk tidak menyerah pada hal apapun dalam proses penyusunan skripsi ini. Ingat banyak mimpi yang masih harus dikejar, banyak harap dan *goals* yang belum terpenuhi. Selalu bersyukur dengan semua rezeki yang diberikan Allah, termasuk rezeki saat susah. Love your self lebih banyak dan kamu hebat Tika.

Semoga Allah SWT memberikan umur panjang yang berkah dan membalas semua kebaikan dan ketulusan Bapak/Ibu serta teman-teman kepada penulis. Penulis mohon ampun kepada Allah SWT atas semua khilaf dan dosa yang disengaja maupun yang tidak disengaja penulis lakukan. Sekian yang bisa penulis sampaikan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembacanya.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap adanya saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak demi lebih baiknya skripsi ini.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Padang, 17 Juli 2025



Tika Meliya Putri

NIM. 2116030023

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Consumer Behavior	14
2. Keputusan Penggunaan	15
3. Religiusitas.....	18
4. Brand Awareness	22
5. Brand Image	25
6. Generasi Z.....	28
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hubungan antar Variabel	31
D. Kerangka Berfikir.....	38

E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel	41
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Variabel Penelitian	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data.....	46
H. Uji Hipotesis	52
BAB IV.....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Karakteristik Responden	54
B. Analisis Data	56
C. Analisis SEM-PLS	60
D. Uji Hipotesis	71
E. Analisis Efek Mediasi	73
F. Pembahasan.....	75
G. Implikasi.....	84
BAB V	86
PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Keterbatasan Penelitian.....	87
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4. 1 Bentuk Struktural Outer Model.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penduduk Muslim Di Kota Padang	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel	44
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 2 Penyebaran Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Menurut Latar Pendidikan	55
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Menurut Frekuensi Pemakaian Pashmina	56
Tabel 4. 5 Klasifikasi Tingkat Pencapaian Jawaban Responden	57
Tabel 4. 6 Klasifikasi TCR untuk Variabel Keputusan Penggunaan	58
Tabel 4. 7 Klasifikasi TCR untuk Variabel Religiusitas	58
Tabel 4. 8 Klasifikasi TCR untuk Variabel Brand Awareness	59
Tabel 4. 9 Klasifikasi TCR untuk Variabel Brand Image	60
Tabel 4. 10 Nilai Outer Loading yang Dihitung	62
Tabel 4. 11 Hasil Pengukuran Cross Loading	63
Tabel 4. 12 Data Nilai AVE pada Variabel	65
Tabel 4. 13 Nilai Composite Reliability yang Dihitung	65
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Cronbach Alpha	66
Tabel 4. 15 Data Nilai Koefisien Determinasi (R-Square)	67
Tabel 4. 16 Data Nilai Q-Square pada Model	67
Tabel 4. 17 Hasil Analisis F-Square	68
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Path Coefficient	69
Tabel 4. 19 Hasil Pengukuran Standardized Root Mean Square Residual	70
Tabel 4. 20 Data Uji Hipotesis	71
Tabel 4. 21 Ringkasan Hasil Uji Mediasi	73
Tabel 4. 22 Analisis Pengujian Hipotesis	74