

AGENDA : B.72 UN.13/FEBI/PP.00.91/09.1.2026	
TGL. TERIMA : 26/2/26	PARAF : 

**PENGARUHLIFESTYLEDANLUXURYBRANDINGTERHADAP
KEPUTUSANPEMBELIANJILBABBUTTONSCRAVESPADA
MASYARAKATKOTAPADANGDENGANRELIGIUSITAS
SEBAGAIMODERASI**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi
Manajemen Bisnis Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh:

Winda Febriyani

NIM.2216030180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG**

2026M/1448H

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *LUXURY BRANDING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB
BUTTONSCRAVES PADA MASYARAKAT KOTA PADANG
DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI MODERASI**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi
Manajemen Bisnis Syariah*



Oleh

Winda Febriyani

NIM. 2216030180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG**

2026 M/1448 H

PERNYATAAN KEORISINALAN

Saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “*Pengaruh Lifestyle, dan Luxury Branding, terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Buttons craves pada Masyarakat Kota Padang dengan Religiusitas sebagai Moderasi*” adalah benar hasil karya saya, sudah di uji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau dipublikasi atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun diperguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana semestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang, 24 September 2026
Menyatakan



Winda Febriyani
NIM. 2216030180

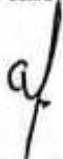
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul "*Pengaruh Lifestyle dan Luxury Branding terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Buttons craves pada Masyarakat Kota Padang dengan Religiusitas sebagai Moderasi*" yang disusun oleh Winda Febriyani NIM: 2216030180 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan di setujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 20 Agustus 2016

Dosen Pembimbing I



Dr. Alfi Syukri Rama, SE, M.M.CCms
NIP . 197509292000031005

Dosen Pembimbing II



Mayang Larasati, M. M
NIP . 198508222020122010

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul "*Pengaruh Lifestyle dan Luxury Branding terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Buttons craves pada Masyarakat Kota Padang dengan Religiusitas sebagai Moderasi*" disusun oleh Winda Febriyani NIM. 2216030180 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang pada hari Kamis, 10 September 2026 dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 24 September 2026

Tim Penguji

Ketua



Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., M.H., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

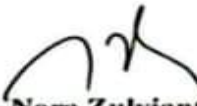
Sekretaris



Mayang Larasati, M.M
NIP. 198508222020122010

Anggota

Penguji I



Dr. Nora Zulviani, S.S., M.M
NIP. 19780329005012004

Penguji II



Dr. Rani Andespa, S.E., M.M
NIP. 198311112015031001

Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., M.H., CCMs., CPSp
NIP. 198305122009122006

Pembimbing II



Mayang Larasati, M.M
NIP. 198508222020122010

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang



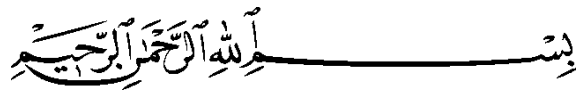
Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag
NIP. 197606042003121001

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Lifestyle* dan *Luxury Branding* terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Buttonscarves pada Masyarakat Kota Padang dengan Religiusitas sebagai Moderasi”**. Disusun oleh Winda Febriyani, NIM 2216020180, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian ini][dan *luxury branding* sebagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, dengan religiusitas sebagai salah satu faktor yang diduga memoderasi hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* dan *luxury branding* terhadap keputusan pembelian jilbab Buttonscarves serta peran religiusitas sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, *luxury branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Religiusitas juga tidak mampu memoderasi pengaruh *lifestyle* maupun *luxury branding* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Luxury Branding*, Keputusan Pembelian, Religiusitas, Buttonscarves

KATA PERSEMBAHAN



Yang utama dari segalanya

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat, hidayah, dan izin-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Tanpa pertolongan dan limpahan rahmat dari Allah SWT, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala usaha dan ilmu yang telah diperoleh selama proses ini menjadi amal jariyah dan memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca sekalian.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Teristimewa, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah Zul dan Ibu Ros, kedua orang tua tercinta. Terimakasih telah mengizinkan putri bungsu sekaligus satu-satunya anak perempuan ini merantau jauh dari rumah untuk menuntut ilmu dan mengejar cita-cita hingga akhirnya mampu meraih gelar sarjana. Terimakasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, dukungan yang selalu menguatkan, serta cinta dan kasih sayang yang begitu tulus. Terimakasih karena Ayah dan Ibu tidak pernah menuntut anakmu untuk menjadi apa yang di luar kemampuannya. Bagi Ayah dan Ibu, melihat anak-anaknya mampu, bahagia, dan selalu diberikan kesehatan sudah menjadi kebahagiaan yang paling berharga. Terimakasih atas setiap pengorbanan yang mungkin tidak selalu penulis lihat dan setiap perjuangan yang tidak pernah Ayah dan Ibu ceritakan. Ketika penulis lelah di perantauan,

2. doa dan kasih sayang Ayah dan Ibu selalu menjadi alasan untuk kembali kuat dan melanjutkan perjalanan. Gelar ini bukan hanya milik penulis, tetapi juga milik Ayah dan Ibu yang telah berjuang, mendoakan, dan mengantarkan penulis hingga berada di titik ini. Ayah, Ibu, putri kecil kalian kini telah tumbuh dewasa. Terimakasih telah percaya dan mengizinkan anakmu pergi jauh untuk mengejar mimpi. Semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi salah satu alasan untuk membuat Ayah dan Ibu bangga. Penulis sangat mencintai Ayah dan Ibu, lebih dari apa pun yang mampu penulis ungkapkan melalui kata-kata.
3. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Etek tercinta, Tek Eni, sosok luar biasa yang menjadi salah satu orang paling berjasa di balik perjalanan penulis hingga berada di titik ini. Terimakasih karena telah menguliahkan penulis, mengusahakan segala kebutuhan dan biaya pendidikan, serta memperjuangkan begitu banyak hal demi masa depan penulis. Terimakasih karena selalu percaya bahwa penulis mampu meraih kesuksesan, bahkan ketika penulis sendiri terkadang merasa lelah dan ragu. Terimakasih telah rela berjuang dan mengorbankan begitu banyak hal agar penulis dapat bertahan hidup dan mengejar mimpi di perantauan. Terimakasih karena selalu mengusahakan yang terbaik, menjadi tempat penulis mencari ketenangan ketika menghadapi masalah, serta memberikan dukungan tanpa pernah menuntut apa pun sebagai balasan. Gelar sarjana ini bukan hanya hasil dari perjuangan penulis, tetapi juga ada doa, pengorbanan, perjuangan, dan kasih sayang Etek di setiap langkahnya. Terimakasih karena telah percaya pada

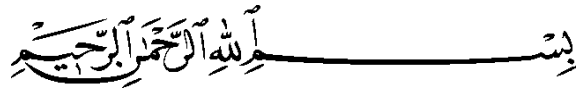
4. mimpi penulis. Semoga suatu hari nanti penulis dapat membalas semua kebaikan Etek dan menjadi seseorang yang dapat membuat Etek bangga. Terimakasih untuk segalanya, Tek.
5. Kepada saudara kandung penulis, Abang Ryan dan Abang Rio. Terimakasih atas segala semangat, dukungan, perhatian, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Walaupun dukungan tersebut terkadang disampaikan melalui celotehan dan candaan khas seorang abang, penulis yakin dan percaya bahwa di balik semua itu terdapat rasa sayang, dukungan, serta harapan agar penulis dapat terus semangat dalam meraih cita-cita. Terimakasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga mampu menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana.
6. Kepada keluarga besar penulis, khususnya Pak Uo Tanul, Amah Anis, serta kakak-kakak sepupu yang selalu menjadi tempat pulang dan menjaga penulis selama berada di perantauan. Terimakasih atas segala perhatian, dukungan, bantuan, baik dalam bentuk materi maupun nonmateri, serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Terimakasih karena telah menjadi keluarga yang selalu ada dan membuat penulis merasa tidak sendiri selama jauh dari rumah.
7. Untuk sahabat kecil penulis, Silvi, Izzah, Sintia, dan Aini. Terimakasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak kecil hingga sekarang. Terimakasih karena masih tetap bertahan dan membersamai penulis sampai sejauh ini, melewati begitu banyak cerita, perubahan, tawa, dan berbagai fase kehidupan bersama. Terimakasih telah menjadi tempat bercerita,

8. berbagi keluh kesah, tertawa, dan menjadi diri sendiri tanpa harus berpura-pura. Terimakasih karena selalu memberikan dukungan dan tetap ada, meskipun kesibukan dan jarak terkadang membuat kita tidak selalu bersama seperti dulu. Penulis sangat bersyukur memiliki sahabat seperti kalian. Semoga persahabatan kecil yang telah kita mulai sejak dulu tetap bertahan hingga kapan pun. Terimakasih karena telah tumbuh bersama dan tetap menjadi sahabat untuk penulis sampai hari ini dan seterusnya.
9. Untuk PBW, Nasywa, Wittia, Hesti, dan Efrida. Terimakasih telah menjadi teman seperjuangan penulis selama menjalani masa perkuliahan hingga berada di tahap ini. Terimakasih karena telah bersama-sama melewati berbagai proses, saling membantu, saling menguatkan, dan menjadi tempat berbagi cerita di tengah perjuangan menyelesaikan pendidikan. Terimakasih untuk setiap tawa, cerita, dukungan, dan kebersamaan yang telah kita lewati bersama. Perjalanan perkuliahan ini mungkin tidak selalu mudah, tetapi kehadiran kalian membuat setiap proses terasa lebih ringan. Semoga setelah semua perjuangan ini, kita semua dapat meraih impian masing-masing dan tetap menjaga pertemanan yang telah kita bangun bersama.
10. Untuk Lily Lovers, Rahmi, Windri, dan Bang Agung, terima kasih telah hadir sebagai bestie baru dalam perjalanan KKN penulis. Terimakasih karena selalu memberikan semangat, menghibur saat penulis lelah, dan menjadi tempat untuk bercerita. Terimakasih untuk setiap tawa dan kebersamaan yang telah kita lalui. Semoga pertemanan yang berawal dari KKN ini tetap terjaga dan

11. kita selalu menjadi keluarga, meskipun nantinya berjalan menuju mimpi masing-masing.
12. Untuk Nabila Putri Zahara, teman kos penulis dari awal perkuliahan hingga akhirnya kita sama-sama menyelesaikan perjalanan ini. Terimakasih telah menjadi saksi dari begitu banyak cerita dan mengetahui bagaimana kehidupan penulis selama di perantauan. Terimakasih karena telah bersama-sama melewati suka dan duka, menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan berbagai hal yang mungkin tidak diketahui oleh orang lain. Terimakasih sudah bertahan bersama dari awal hingga akhir. Semoga setelah ini, meskipun kita melangkah menuju jalan dan mimpi masing-masing, semua cerita dan kenangan selama tinggal bersama akan selalu menjadi bagian yang tidak terlupakan.
13. Kepada masyarakat MBS E, teman-teman seperjuangan penulis selama perkuliahan. Terimakasih telah kebersamaian penulis sejak semester satu hingga akhirnya berada di titik ini. Terimakasih atas segala kebersamaan, canda, tawa, dan cerita yang telah kita lalui bersama. Semoga segala perjuangan yang telah kita lewati menjadi awal dari kesuksesan kita masing-masing. Semoga kita semua sukses, bahagia, dan diberikan keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat.
14. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Winda Febriyani. Terimakasih sudah bertahan dan tidak menyerah hingga mampu sampai di titik ini. Apresiasi sebesar-besarnya untuk setiap proses, air mata, lelah, dan perjuangan yang telah dilalui. Terimakasih karena tetap kuat dan terus melangkah meski

15. perjalanan tidak selalu mudah. Hari ini, izinkan diri sendiri untuk bangga atas setiap proses dan pencapaian yang telah diraih. Winda, kamu hebat karena sudah berhasil menyelesaikan apa yang telah kamu mulai

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Lifestyle* dan *Luxury Branding* terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Buttons craves pada Masyarakat Kota Padang dengan Religiusitas sebagai Moderasi.**” Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh ilmu seperti pada saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada pihak yang membantu dan menyelesaikan skripsi ini, yakni kepada:

1. Kepada Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M. Pd selaku Rektor UIN Imam Bonjol Padang beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Kepada Bapak Prof. Dr. Testru Hendra, M.ag 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. Kepada Ibu Hesti Maria Putri, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, serta Bapak Andre Wiratha, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Kepada Bapak Rangga Wisanggara, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan ilmu, dukungan dan arahan selama masa perkuliahan hingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Kepada Bapak Dr. Alfi Syukri Rama, SE, M.M. CCms selaku dosen pembimbing I dan Ibu Mayang Larasati, 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.
6. Kepada Ibu Dr. Nora Zulfianti, SS, M.M selaku dosen penguji I, dan Bapak Dr. Roni Andespa, SE. M.M selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam penulisan skripsi ini serta telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini.
7. Kepada seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat serta membantu penulis selama masa perkuliahan.

Padang, 20 Agustus 2026



Winda Febriyani

NIM 2216030180

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. <i>Consumer Culture Theory (CCT)</i>	19
B. Keputusan Pembelian	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
3. Indikator Keputusan Pembelian	26
C. <i>Lifestyle</i>	30
1. Pengertian <i>Lifestyle</i>	30
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Lifestyle</i>	32
3. Indikator <i>Lifestyle</i>	36
D. <i>Luxury Branding</i>	39
1. Pengertian <i>Luxury Branding</i>	39
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Luxury Branding</i>	41
3. Indikator <i>Luxury Branding</i>	44
E. Religiusitas	46
1. Pengertian Religiusitas	46
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	47
3. Indikator Religiusitas	50

F. Penelitian yang Relevan.....	53
G. Kerangka Berpikir.....	57
H. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
A. Jenis Penelitian.....	64
B. Populasi dan Sampel	66
1. Populasi	66
2. Sampel.....	67
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	68
D. Jenis dan Sumber Data	69
E. Variabel Penelitian	69
1. Variabel Independen (X)	69
2. Variabel Dependen (Y).....	70
3. Variabel Moderasi (Z)	70
F. Teknik Pengumpulan Data	73
G. Teknik Analisis Data	74
1. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM-PLS)	76
2. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4. Uji Hipotesis (Bootstrapping)	79
5. Analisis PLS-SEM dengan Efek Moderasi	80
6. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	84
a. Sejarah dan Perkembangan Buttonscreens.....	84
b. Logo dan Produk Buttonscreens	86
B. Karakteristik Responden	86
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	88
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	90
C. Analisis Deskriptif.....	91

1. Deskripsi Variabel Lifestyle (X1)	91
2. Deskripsi Variabel <i>Luxury Branding</i> (X2)	92
3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	93
4. Deskripsi Variabel Religiusitas (Z)	94
D. Analisis SEM-PLS	95
1. Analisis Outer Model	95
2. Analisis Model Structural (<i>Inner Model</i>).....	103
3. Analisis Hipotesis (<i>Boostrapping</i>).....	105
4. Pembahasan.....	110
5. Implikasi Penelitian.....	118
a. Implikasi Teoritis.....	118
b. Implikasi Manajerial	120
BAB V PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Keterbatasan Penelitian.....	125
C. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	53
Tabel 3.1 Operasional Variabel	71
Tabel 3.2 Penetapan Skala Likert.....	74
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	87
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan	88
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	90
Tabel 4.5 Skor <i>Lifestyle</i> (X1)	92
Tabel 4.6 Skor <i>Luxury Branding</i> (X2)	92
Tabel 4.7 Skor Keputusan Pembelian	93
Tabel 4.8 Skor Religiusitas (Z)	94
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan <i>Outer Loading</i>	97
Tabel 4.10 <i>Cross Loading</i>	99
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	101
Tabel 4.12 <i>Composite Reliability</i>	102
Tabel 4.14 <i>R-Square</i>	103
Tabel 4.15 <i>F-Square</i>	104
Tabel 4.16 <i>Path Coefficient</i>	106
Tabel 4.17 Uji Moderasi.....	108
Tabel 4.18 Hasil Hipotesis	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Buttonscraves.....	86
Gambar 4. 2 Produk Jilbab Buttonscraves	86
Gambar 4. 3 Bentuk Struktural Outer Model.....	95