

**PENGARUH PENDAPATAN KELUARGA, *TREND FASHION*, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SECARA KREDIT PADA  
PRODUK PAKAIAN**

**(Studi pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin  
Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh :**

**SYNTA NUR PUSPITA  
NIM. 1817201248**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Synta Nur Puspita

NIM : 1817201248

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan, Trend Fashion Dan Gaya Hidup Terhadap  
Minat Beli Secara Kredit Pada Produk Pakaian (Studi Pada  
Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah penelitian/ karya  
sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto,

Saya yang menyatakan,



Synta Nur Puspita

NIM. 1817201248



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENDAPATAN KELUARGA, *TREND FASHION*,  
DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SECARA  
KREDIT PADA PRODUK PAKAIAN  
(Studi Pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja)**

Yang disusun oleh Saudara **Synta Nur Puspita NIM 1817201248** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **23 November 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji

  
Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Ubaidillah, S.E., M.E.I.  
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

  
Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

Purwokerto, 02 Desember 2022

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan  
  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Siafuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Synta Nur Puspita NIM. 1817201248 yang berjudul:

**Pengaruh Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Secara Kredit Pada Produk Pakaian**

**(Studi Pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Siafuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 16 November 2022

Pembimbing,



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP.19780716 200901 2 006

## MOTTO

“Rahasia kebahagiaan itu ada dalam tiga hal: bersabar, bersyukur, dan ikhlas”



**THE EFFECT OF FAMILY INCOME, FASHION TRENDS, AND  
LIFESTYLE ON BUYING INTEREST ON CREDIT IN CLOTHING  
PRODUCTS**

*(Study On Consumers Bu Lis Collections Sokaraja)*

**Synta Nur Puspita**

**NIM. 1817201248**

Email: [puspita.synta27@gmail.com](mailto:puspita.synta27@gmail.com)

*Study Program Sharia of Economic Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The change in the meaning of one's own clothes makes someone flock to buy clothes with the latest trends. Basically, meeting the needs of this clothing requires good knowledge in the selection of products to be purchased and adjusting them to the money they have. There are various ways that can be done to meet various needs, including fashion needs. Like the way payments are made, it can be in cash, it can also be on credit. The purchase of goods on credit has indeed happened a lot. There are some people who need an item, but do not have a certain amount of money to make purchases in cash. This kind of interest in buying on credit is certainly based on several factors including income factors, fashion trends, and lifestyle. The purpose of this study was to find out: (1) whether there is an effect of family income on credit buying interest in clothing products; (2) whether there is an influence of fashion trends on credit buying interest in clothing products; (3) whether there is an influence of lifestyle on the interest in buying on credit in clothing products; (4) whether there is an influence of family income, fashion trends, and lifestyle on the interest in buying on credit in clothing products.*

*This research is a quantitative research with a field research model. The data used in this study was primary data collected through a questionnaire through a google form with a sample of 100 respondents. The analysis techniques used are the spearman rank test, kendall's W, and ordinal regression analysis test.*

*The results of this study show that: (1) there is a positive and significant influence of family income on buying interest on credit; (2) there is a positive and significant influence of fashion trends on buying interest on credit; (3) there is a positive and significant influence of lifestyle on buying interest on credit; (4) there is a positive and significant influence of family income, fashion trends, and living expenses on interest in buying on credit.*

*Keywords : purchase intentions on credit, family income, fashion trends, lifestyle*

**PENGARUH PENDAPATAN KELUARGA, *TREND FASHION*, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SECARA KREDIT PADA  
PRODUK PAKAIAN  
(Studi Pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja)**

Oleh : Synta Nur Puspita

NIM. 1817201248

Email : [puspita.synta27@gmail.com](mailto:puspita.synta27@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Adanya perubahan makna dari pakaian sendiri membuat seseorang berbondong-bondong membeli pakaian dengan tren terbaru. Pada dasarnya dalam pemenuhan kebutuhan pakaian ini memerlukan pengetahuan yang baik dalam pemilihan produk yang akan dibeli dan menyesuaikannya dengan uang yang dimilikinya. Ada berbagai macam cara yang bisa dilakukan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan, termasuk kebutuhan *fashion*. Seperti cara pembayaran yang dilakukan yakni bisa secara tunai bisa juga secara kredit. Pembelian barang secara kredit memang sudah banyak terjadi. Ada sebagian masyarakat membutuhkan suatu barang, namun tidak mempunyai sejumlah uang untuk melakukan pembelian secara tunai. Minat beli secara kredit seperti ini tentu dilandasi beberapa faktor diantaranya faktor pendapatan, *trend fashion*, dan gaya hidup. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) apakah ada pengaruh pendapatan keluarga terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian; (2) apakah ada pengaruh *trend fashion* terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian; (3) apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian; (4) apakah ada pengaruh pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan model *field research*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner melalui *google form* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *rank spearman*, *kendall's W*, dan uji analisis regresi ordinal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pendapatan keluarga terhadap minat beli secara kredit; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *trend fashion* terhadap minat beli secara kredit; (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari gaya hidup terhadap minat beli secara kredit; (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit.

Kata kunci: Minat beli secara kredit, pendapatan keluarga, *trend fashion*, gaya hidup

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor:158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Tà	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	Ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi



ك	Ka	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	waw	W	We
ه	Ha'	H	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	ditulis	„iddah
-----	---------	--------

### Ta'marbutah di akhir kata nila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	hikmah
جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan lainnya, kecuali bila dihendaki lafal aslinya)

1. Bila diketahui dengan kata sandal “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الولايا	ditulis	<i>Karāmah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila *ta'marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

## B. Vokal Pendek

ا	Fathah	ditulis	a
ي	Kasrah	ditulis	i
و	dammah	ditulis	u

### C. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jāhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنسى	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furūd

### D. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>Qoul</i>

### E. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aposrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>

### F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, seta menghilangkan huruf/ (el)nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā</i>
--------	---------	----------------

القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

**G. Penulisan kata-kata dari rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi dan pengucapannya

ذوي الفروض	ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
------------	---------	----------------------



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian (Studi pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja). Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi tercinta Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, yang dalam hal ini dikarenakan kekurangan dan keterbatasan penulis. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa dan dukungan, kerja sama dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan lindungan-Nya.
2. Bapak Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Ibu Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini, Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan Ibu.

6. Segenap Bapak dan Ibu dosen, dan staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, wawasan, dan segala bentuk fasilitas yang diberikan.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Miskun dan Ibu Mamiati yang selalu memberikan doa terbaiknya, kasih sayang, kesabaran, semangat, dukungan, motivasi, dan kesempatan untuk dapat menimba ilmu.
8. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
9. Kaka Afif Khoerul Anwar yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, semangat, dan kesabarannya.
10. Teman-teman seperjuangan skripsi, Aryani, Zuyyana, dan Irma yang telah meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan dari awal masuk kuliah yaitu Nur Lailati Fatiah, Dwi Indah, Istikhathun, Puspita Rini, Zuyyana, dan Aryani.
12. Teman sekaligus sahabat penulis, Alfa Riza, Isnaeni, dan Irma Nurdiana yang selalu memberikan doa terbaik dan dukungannya.
13. Teman-teman seperjuangan di Ekonomi Syariah F angkatan 2018 yang selalu belajar bersama dan memberikan kesan yang tak pernah terlupakan selama di bangku kuliah.
14. Bu Lis yaitu pemilik dari Bu Lis Collections yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian ini dan sangat membantu penulis.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kepada seluruh pihak yang telah turut serta membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca. *Aamiin ya robbal 'alamiin.*

Purwokerto, 16 November 2022

Saya yang menyatakan,



Synta Nur Puspita

NIM. 1817201248



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Pakaian yang Paling Sering Dicari
Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka
Tabel 3.1	Skala Likert
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga per Bulan
Tabel 4.5	Variabel Pendapatan Keluarga
Tabel 4.6	Variabel <i>Trend Fashion</i>
Tabel 4.7	Variabel Gaya Hidup
Tabel 4.8	Variabel Minat Beli Secara Kredit
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.11	Hasil Uji Regesi Ordinal
Tabel 4.12	Hasil <i>Case Processing Summary</i>
Tabel 4.13	Hasil <i>Model Fitting Information</i>
Tabel 4.14	Hasil <i>Goodness of Fit</i>
Tabel 4.15	Hasil <i>Pseudo R-Square</i>
Tabel 4.16	Hasil <i>Parameter Estimates</i>
Tabel 4.17	Hasil Uji Korelasi Rank Spearman Hubungan Antara Pendapatan Keluarga (X1) dan Minat Beli Secara Kredit (Y)
Tabel 4.18	Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Antara Trend Fashion (X2) dan Minat Beli Secara Kredit (Y)
Tabel 4.19	Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Antara Gaya Hidup (X3) dan Minat Beli Secara Kredit (Y)
Tabel 4.20	Hasil Uji Ranks
Tabel 4.21	Hasil Uji Test Statistics

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Faktor X terhadap Faktor Y  
Gambar 4.1 Gambar Trend Gamis Dewasa  
Gambar 4.2 Gambar Trend Gamis Dewasa  
Gambar 4.3 Gambar Trend Daster Dewasa





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Pendapatan Keluarga .....	10
B. <i>Trend Fashion</i> .....	11
C. Gaya Hidup .....	12
D. Minat Beli .....	13
E. Pembayaran Secara Kredit .....	14
F. Landasan Teologis .....	15
G. Kajian Pustaka .....	16
H. Kerangka Pemikiran .....	21
I. Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>

A. Jenis Penelitian .....	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel.....	25
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	26
E. Sumber Data .....	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
B. Karakteristik Responden.....	35
C. Distribusi Tanggapan Responden.....	37
D. Hasil Uji Kualitas Data.....	42
E. Hasil Analisis Regresi Ordinal .....	45
F. Hasil Uji Hipotesis .....	49
G. Pembahasan Penelitian .....	51
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>99</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kehidupan manusia tidak dapat lepas dari berbagai jenis kebutuhan. Dalam pemenuhan segala kebutuhannya, manusia pasti berinteraksi dengan manusia lainnya melalui hubungan transaksi. (Yanti, 2018). Kebutuhan akan pakaian saat ini sangat diperhatikan oleh banyak orang. Pakaian yang awalnya hanya sebagai penutup tubuh, namun sekarang pakaian menjadi sebuah penilaian sosial seseorang. Dimana orang yang berpakaian bagus akan dianggap berasal dari keluarga dengan tingkat sosial yang tinggi.

Adanya perubahan makna dari pakaian sendiri membuat seseorang berbondong-bondong membeli pakaian dengan tren terbaru (Alfedha, 2018). Para perempuan sangat memperhatikan penampilannya mulai dari kepala hingga kaki mereka. Perempuan selalu mencocokkan pakaian mereka baik dari segi warna, model, dan ukurannya. Tak terkecuali bagi ibu-ibu, karena ibu-ibu zaman sekarang juga tidak mau kalah dengan anak muda dalam memperhatikan penampilannya. Jadi pakaian sangat penting untuk menunjang penampilan seseorang.

Pada dasarnya dalam pemenuhan kebutuhan pakaian ini memerlukan pengetahuan yang baik dalam pemilihan produk yang akan dibeli dan menyesuakannya dengan uang yang dimilikinya. Pengetahuan yang semakin baik yang dimiliki oleh seorang konsumen dimana konsumen akan lebih tahu bagaimana cara membelanjakan uang yang dimilikinya (Harahap, 2015). Konsumen bisa membelanjakan uangnya dengan membeli berbagai produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Konsumen dapat menyesuaikan antara uang dengan produk yang akan dibeli sesuai dengan prioritas kebutuhan akan suatu produk tertentu.

Sebagai penjual juga harus mengetahui apa saja yang diminati oleh konsumen. Hal tersebut dapat berguna untuk membaca perilaku konsumen di masa yang akan datang. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen yaitu dari lingkungan eksternal dari konsumen, yang nantinya akan diproses untuk menyesuaikan dengan karakter dari konsumen yang dapat memotivasi dan dapat

memberikan gambaran bagaimana minat konsumen terhadap suatu produk. (Mubarok, 2016)

Minat berpengaruh terhadap seseorang yang akan melakukan suatu transaksi tertentu, karena suatu kesepakatan terjadi dari dorongan minat dalam diri seseorang. Minat beli konsumen merupakan tahap ketika konsumen menentukan pilihannya diantara berbagai pilihan merek, yang kemudian akan melakukan pembelian pada salah satu pilihan yang paling disukai atau merupakan suatu proses yang dilewati seorang konsumen dalam pembelian suatu produk yang didasarkan pada berbagai pertimbangan. (Kamaluddin & Muhajirin, 2018). Oleh karena itu, minat beli sangat penting untuk menentukan jadi atau tidaknya seseorang melakukan pembelian. Pembelian didasari dengan adanya minat beli terlebih dahulu dari konsumen yang kemudian diikuti dengan pengambilan keputusan pembelian.

Pendapatan merupakan hal yang sangat berkaitan dengan kegiatan pembelian. Pembelian terjadi bertujuan untuk pemenuhan segala kebutuhan. dimana segala kebutuhan tersebut dapat terpenuhi apabila memiliki pendapatan. Jumlah pendapatan suatu keluarga akan mempengaruhi jumlah pengeluaran suatu keluarga, karena semakin besar pendapatan keluarga, semakin besar juga jumlah pengeluaran keluarga, dan sebaliknya semakin kecil pendapatan keluarga semakin kecil juga pengeluaran keluarga tersebut. Namun seringkali ada keluarga yang memiliki pendapatan rendah dengan tingkat konsumsi atau pengeluaran yang tinggi. Pendapatan sendiri merupakan jumlah penghasilan riil dari seluruh anggota keluarga yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan bersama maupun perorangan dalam sebuah keluarga. Setiap keluarga memiliki pendapatan yang berbeda, ada keluarga dengan pendapatan yang besar dan ada juga keluarga dengan pendapatan rendah. Namun semua pendapatan pasti digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya masing-masing. Kebutuhan masing-masing keluarga juga berbeda-beda. Termasuk dalam pemenuhan kebutuhan sandang dalam keluarga. (Baharudin, Istiyani, & Widjajanti, 2015). Dan sebagian besar pendapatan keluarga itu dipegang atau dikelola oleh seorang istri atau ibu. Jadi perempuan harus mampu mengelola uang atau pendapatan itu untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga. Kebutuhan pakaian juga harus dipenuhi,

seorang istri yang kodratnya adalah perempuan juga memiliki keinginan berpenampilan bagus disegala kesempatan. Penampilan yang bagus itu dibutuhkan pakaian yang menunjangnya.

Apabila berbicara mengenai pakaian maka tidak terlepas dari gaya hidup. Gaya hidup merupakan bagaimana seseorang menjalankan kehidupannya baik dalam segi social, budaya, minat, pendidikan, dan pendapatan. Gaya hidup juga merupakan suatu kegiatan, minat, dan opini seseorang, namun tidak permanen atau tidak cepat berubah. Jadi seseorang akan mengubah model pakaian, merk pakaian yang dikenakan sesuai dengan perubahan dalam hidupnya. Contohnya ketika seseorang diangkat menjadi direktur maka penampilannya juga pasti akan berbeda dengan jabatan manajer (Putri, 2017). Gaya hidup seseorang sangat berkaitan dengan apa saja yang akan dibeli orang tersebut, kemudian apa saja yang akan dikenakan orang tersebut. Pentingnya gaya hidup dalam menentukan suatu pilihan karena gaya hidup mencakup pribadi, sosial, dan demografi yang akan lebih mempengaruhi konsumen dan sangat berguna dalam menganalisis pilihan konsumen (Razak, 2016). Konsumen yang memiliki gaya hidup tertentu dapat menarik minat konsumen tersebut untuk membeli sesuatu pada produk tertentu (Nugraheni, Istiatin, & Sarsono, 2020).

Pada zaman modern seperti saat ini bisa menjadi acuan untuk mengukur kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Kehidupan modern sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, sehingga akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Berdasarkan berita yang ditulis oleh (Nabila, 2022) bahwa Founder Division, Wulan Haryono mengungkapkan yaitu trend akan terus berputar, mulai dari warna sampai bahannya. Dan yang menciptakan itu *designer*, dimana mereka melihat dari *economic, environment* yang sedang ramai sekarang. Setelah *designer* menciptakan fashion kemudian di adaptasi oleh selebriti, kelompok social, kemudian baru diadaptasi oleh *fashion followers*. Perkembangan tersebut semakin terlihat, dengan munculnya berbagai macam gaya serta model pakaian dari waktu ke waktu. Konsumen akan memilih pakaian yang sesuai dengan *trend* nya, sehingga akan merangsang minat pembeli untuk membeli produk tersebut.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sauri, 2019) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Loyalitas terhadap Minat Pembelian Ulang Busana Muslim Di Attorik Muslim Distro Semarang” yaitu penelitian menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian dilakukan atau diolah dengan data berupa angka dan analisis penelitian dengan statistik. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variable gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang pada produk busana muslim. Kemudian ada juga penelitian yang dilakukan oleh (Hardiyanti, 2019) dengan judul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan” yaitu penelitian metode kuantitatif dengan hasil penelitian yaitu variable pendapatan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Kedua penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mualidah & Russanti, 2021) dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas” yaitu penelitian dengan metode penelitian tinjauan pustaka yaitu salah satu metode penelitian yang melakukan identifikasi, penilaian, dan penginterpretasian hasil penemuan pada suatu topik penelitian yang ditunjukkan untuk menguraikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada salah satu factor internal yaitu gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli terhadap produk pakaian bekas. Hasil penelitian dari beberapa penelitian di atas menunjukkan hasil yang berbeda sehingga memunculkan (*research gap*).

Pembelian barang secara kredit memang sudah banyak terjadi. Ada sebagian masyarakat membutuhkan suatu barang, namun tidak mempunyai sejumlah uang untuk melakukan pembelian secara tunai. Agar tetap bisa memenuhi kebutuhan akan suatu barang maka dilakukanlah pembelian secara kredit. Pembelian bisa dilakukan secara cash atau tunai dan bisa juga dengan cara kredit atau diangsur. Jadi apabila tidak memiliki uang atau uang yang dimiliki tidak cukup di saat seseorang membutuhkan/menginginkan sesuatu maka orang tersebut dapat membelinya secara kredit. Sekarang juga telah banyak usaha yang membuka pembelian secara kredit, mulai dari sepeda motor, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan sandang, dan masih banyak lainnya. (Nasution, 2016). System

pembayaran kredit yaitu dibayar dengan system angsuran sesuai dengan kesepakatan. Bisa mingguan ataupun bulanan dalam membayar angsuran tersebut. Atau bisa juga diangsur kapan saja ketika konsumen mempunyai sejumlah uang untuk membayar angsuran tersebut. Kebanyakan konsumen yang memilih untuk membeli secara kredit karena sebagian besar orang tidak mempunyai pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat, sehingga kebanyakan orang berminat membeli secara kredit.

Pembelian kredit dalam Islam diperbolehkan dan sah hukumnya, namun dengan syarat tertentu dan harus sesuai dengan rukun jual beli. Dalam praktiknya harus menggunakan satu akad dan satu harga. (Sochim, 2022). Walaupun harga untuk kredit itu lebih tinggi daripada pembelian tunai. Karena apabila dalam pembelian tunai uang si penjual dapat diputar kembali untuk membeli produk baru dan dijual lagi kemudian dapat memperoleh keuntungan lagi, sedangkan dalam pembelian secara kredit maka uangnya pasti macet di tangan pembeli kredit. Oleh karena itu, tidak terdapat larangan untuk menambah nilai harga suatu produk yang dijual secara kredit, dengan syarat nilai tambah tersebut tidak memberatkan pembeli. Para ulama membolehkan jual beli dengan sistem bayar kredit atau angsuran. Adapun ayat-ayat Al-Quran yang menjadi dasar kegiatan jual beli tersebut yakni terdapat pada Q.S Al Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya: "Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"*

Berdasarkan ayat di atas maka pembelian barang secara kredit dengan tambahan harga merupakan satu bagian dari jual beli pada umumnya. (Mahibbuddin, 2017).

Di Desa Klahang Kecamatan Sokaraja terdapat usaha rumahan yang menjual berbagai macam kebutuhan *fashion* mulai dari dewasa hingga untuk anak-anak baik untuk laki-laki ataupun perempuan. Usaha rumahan ini telah lama berdiri yaitu mulai tahun 2010 dan sudah berdiri sekitar 12 tahun. Yang berawal dari modal sedikit yaitu hanya sekitar Rp1.000.000,- kemudian membeli beberapa pakaian yang dipesan oleh konsumennya. Kemudian selalu bertambah sehingga omset pun setiap bulannya bertambah dan bertambah pula konsumennya hingga sekarang telah memiliki ruko di dalam Pasar Sokaraja.

Usaha rumahan ini diberi nama Bu Lis Collections. Walaupun telah memiliki ruko, tetapi Bu Lis tetap melayani pembelian di rumah. Bu Lis Collections menawarkan berbagai produk *fashion* dengan dua acara pembayaran yaitu bisa dibayar secara tunai ataupun bisa juga dibayar dengan cara dicicil atau diangsur atau biasa disebut kredit. Sebagian besar konsumen Bu Lis Collections minat membeli dengan cara kredit. Persentase konsumen yang membeli secara tunai atau cash sebesar 5% dan konsumen yang membeli secara kredit sebanyak 95%. Sehingga di Desa Klahang dan sekitarnya banyak yang menjadi konsumen dari Bu Lis, khususnya kaum perempuan ibu rumah tangga. Bu Lis Collections ini memiliki target pasar yaitu kaum ibu-ibu atau perempuan yang telah memiliki keluarga. Karena mereka sebagai seorang perempuan selalu ingin berpenampilan baik di segala kegiatan, selain itu ibu-ibu juga sebagai manager keuangan di keluarganya sehingga harus bisa membagi pendapatan keluarganya untuk memnuhi berbagai macam kebutuhan keluarga. Para konsumen yang membeli dengan system kredit ini memiliki alasan masing-masing tapi kebanyakan karena pendapatan yang dimiliki tidak cukup untuk membeli secara tunai.

Bu Lis Collections ini menawarkan produk dengan harga yang cukup tinggi tetapi kualitas bagus. Bu Lis Collection juga menyediakan *fashion* yang selalu *update*. Bu Lis selalu mengupdate produk-produk pakaian yang dijualnya paling sering setiap dua minggu sekali, tetapi pernah juga setiap minggu *update*, namun juga pernah sebulan sekali baru *update* poduknya. Karena *update* produk tersebut tergantung dengan supplier nya. Apabila ada produk pakaian terbaru pasti supplier Bu Lis selalu memberikan produk tersebut untuk Bu Lis. Masyarakat sekarang sangat memperhatikan kualitas produk jadi Bu Lis memilih produk dengan harga yang cukup tinggi sesuai dengan permintaan kosumen. Dengan adanya Bu Lis Collections maka kaum perempuan atau ibu rumah tangga di Desa Klahang dan sekitarnya senang berbelanja *fashion* walaupun secara kredit. Kebutuhan *fashion* para ibu rumah tangga pun dapat terpenuhi yang dapat menunjang penampilan mereka supaya tidak ketinggalan zaman. Berikut daftar jenis pakain yang paling sering dicari konsumen Bu Lis Collections tahun 2022:



**Tabel 1. 1 Jenis Pakaian yang Paling Sering Dicari**

No.	Jenis Pakaian
1.	Gamis
2.	Midi Dress
3.	Kemeja
4.	Tunik
5.	Celana Kulot
6.	Pashmina Plisket
7.	Rok Plisket
8.	Kerudung segi empat
9.	Kerudung slup
10.	Celana Training Olahraga
11.	Kaos lengan Panjang
12.	Kaos lengan pendek

*Sumber:* Wawancara Bu Lis

Harga yang ditawarkan penjual dalam pembelian kredit yaitu dengan harga lebih mahal daripada pembelian tunai, kemudian letak Desa Klahang ini juga tidak jauh dari kota yang mana apabila mau keluar untuk mencari kebutuhan *fashion* yang sedang *trend* bisa mendapatkannya dengan harga yang lebih murah. Ada juga pembelian melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya yang juga terdapat berbagai pilihan *fashion* dengan *trend trend* terbaru dan dengan harga yang bisa lebih murah. Tetapi para ibu rumah tangga di Klahang dan sekitarnya lebih berminat membeli secara kredit di Bu Lis Collections.

Adapun hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan peneliti kepada beberapa masyarakat Desa Klahang khususnya perempuan atau yang sudah berumah tangga dan menjadi konsumen dari Bu Lis Collections. Wawancara pertama yaitu kepada ibu “MA” yang menyampaikan bahwa lebih memilih membeli pakaian secara kredit dan sering melakukan pembelian dan berminat melakukan pembelian pada produk pakaian secara kredit, hal tersebut karena pendapatan yang dimiliki tidak cukup untuk membeli secara tunai atau pendapatan itu dapat digunakan untuk kebutuhan lainnya yang lebih penting atau

mendesak. Karena pada pembelian kredit ini cara membayarnya bisa dicicil atau diangsur sesuai dengan kapan dia memiliki uang. Walaupun harga secara kredit lebih mahal daripada secara tunai.

Kemudian menurut ibu “HD” lebih minat membeli secara kredit juga karena bisa dibayar atau dicicil saat mempunyai uang dan tidak terlalu besar mengeluarkan uang sekaligus untuk mendapatkan pakaian dengan *trend* terbaru.

Berdasarkan wawancara pra penelitian tersebut memperoleh informasi yaitu adanya keragaman pendapatan keluarga di Desa Klahang dan sekitarnya Kecamatan Sokaraja, Banyumas yang menajadi konsumen Bu Lis Collections. Ada golongan orang dengan pendapatan keluarganya cukup tinggi dan ada banyak juga pendapatan keluarganya pas-pasan, ada juga keluarga yang memiliki pendapatan rendah. Dengan beragam pendapatan keluarga tersebut maka diikuti juga gaya hidup dan selera fashion yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti memilih variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup sebagai variabel independent.

Melihat masalah dan fenomena yang timbul di kalangan ibu rumah tangga di Desa Klahang dan sekitarnya tersebut, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang tersebut dan dengan adanya ketidak konsistenan hasil penelitian dari beberapa peneliti sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pendapatan Keluarga, *Tren Fashion* Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Secara Kredit Pada Produk Pakaian”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pendapatan keluarga terhadap minat beli konsumen secara kredit pada produk pakaian pada konsumen Bu Lis Collections?
2. Apakah ada pengaruh *trend fashion* terhadap minat beli konsumen secara kredit pada produk pakaian pada konsumen Bu Lis Collections?
3. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen secara kredit pada produk pakaian pada konsumen Bu Lis Collections?

4. Apakah ada pengaruh pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen secara kredit pada produk pakaian pada konsumen Bu Lis Collections?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pendapatan keluarga terhadap minat beli konsumen produk pakaian secara kredit pada konsumen Bu Lis Collections.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *trend fashion* terhadap minat beli konsumen produk pakaian secara kredit pada konsumen Bu Lis Collections.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen produk pakaian secara kredit pada konsumen Bu Lis Collections.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pendapatan keluarga, *trend fashion* dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen produk pakaian secara kredit pada konsumen Bu Lis Collections.

### D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat tersebut antara lain:

1. Manfaat Akademis

Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup, dan diharapkan dapat menjadi sebuah referensi serta pengembangan teori pada peneliti selanjutnya mengenai pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi perusahaan lokasi penelitian dalam pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dengan mempertimbangkan minat beli konsumen secara kredit melalui variabel *trend fashion* dan gaya hidup dari para konsumen.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pendapatan Keluarga**

Pendapatan adalah sejumlah penerimaan riil dari seluruh anggota keluarga yang bekerja yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama ataupun perorangan di dalam keluarga (Adiana & Karmini, 2001). Menurut (Iskandar, 2017) Pendapatan seseorang berasal dari beberapa sumber yaitu:

a. Pendapatan upah atau gaji.

Gaji dan upah adalah sejumlah uang yang didapatkan seseorang setelah orang tersebut menyelesaikan pekerjaan atas orang lain, atas perusahaan ataupun untuk pemerintah.

b. Pendapatan yang berasal dari kekayaan.

Pendapatan ini bisa berupa modal, tanah, dan sebagainya

c. Pendapatan yang berasal dari sumber yang lain

Pendapatan ini yaitu dimana pendapatan didapatkan dengan tidak menggunakan tenaga. Contoh pendapatan ini yaitu sejumlah uang yang diterima berasal dari pemerintah, dari asuransi pengangguran, penerimaan dari hasil penyewaan aset, bunga dari bank atau berasal dari sumbangan yang lainnya.

Pendapatan keluarga adalah segala bentuk pendapatan yang diperoleh oleh suatu keluarga melalui berbagai macam sumber. Pendapatan keluarga bisa didapatkan melalui usaha individu atau keluarga, melakukan pekerjaan untuk orang lain, serta hasil yang berasal dari kepemilikan aset. Pendapatan keluarga yang didapatkan ini bisa dalam bentuk uang, misalnya uang pension, uang atas sumbangan atau hadiah dan uang hasil dari pinjaman atau hutang. Jumlah pendapatan suatu keluarga akan mempengaruhi jumlah pengeluaran keluarga, karena semakin tinggi pendapatan keluarga, semakin tinggi juga jumlah pengeluaran keluarga, dan sebaliknya semakin kecil pendapatan keluarga semakin kecil juga pengeluaran keluarga tersebut. (Baharudin, Istiyani, & Widjajanti, 2015)

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, menurut (Noviarita dkk, 2021) yaitu:

- a. Modal, merupakan hasil produksi yang sifatnya tahan lama dan dapat digunakan sebagai input yang produktif untuk meningkatkan hasil produksi.
- b. Lama usaha adalah usia atau waktu atas berdirinya suatu usaha.
- c. Lokasi, adalah letak sebuah usaha dan merupakan suatu hal yang sangat penting karena sebagai tempat berlangsungnya sebuah usaha.

### **B. Trend Fashion**

Faktor eksternal yang dapat berpengaruh dalam pembelian kebutuhan akan *fashion*, salah satunya yaitu *trend fashion* yang terdapat di suatu lingkungan yang menyebabkan konsumen menirukan gaya yang sedang *trendy*. Menurut kamus besar bahasa Indonesia *trend* atau *mode* merupakan berbagai cara atau *design* terbaru dari sesuatu pada waktu tertentu, misalnya tata cara berpakaian, gaya rambut, corak hisan, dan lainnya). *Trend* adalah segala sesuatu yang sedang hangat diperbincangkan, selalu diperhatikan, bahkan dikenakan oleh kalangan masyarakat dalam waktu tertentu (Alfedha, 2018)

Terdapat beberapa faktor yang dapat membentuk *trend fashion* yaitu kondisi ekonomi, media masa, budaya, ataupun peran seseorang dalam sebuah kelompok sosial. Perkembangan *trend fashion* yang sedang terjadi di sebagian besar masyarakat akan berpengaruh terhadap konsumen dalam pembelian suatu produk. (Sari, Fauzi, & Devita, 2018)

*Trend fashion* selalu berkembang di setiap tahunnya dan bahkan berubah-ubah, hal tersebut disebabkan karena sebagian besar orang tidak menginginkan pakaian dengan model yang sama dari waktu ke waktu. Perubahan *trend fashion* mulai dari pakaian yang dikenakan sehari-hari sampai dengan busana untuk bekerja serta pakaian muslim pun sekarang telah berkembang secara pesat. Berbagai model pakaian yang baru dan unik serta glamor yang sering dikenakan oleh kalangan artis dan publik figure yang selalu ingin menjadi *trendsetter* yang memainkan peran model (Barnard,

2011). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan dunia *fashion*, yaitu (Alfedha, 2018):

- a. Media massa, termasuk media cetak ataupun elektronik selalu menyediakan segala informasi, bahkan informasi dalam dunia *fashion*.
- b. Dunia entertainment, para public figure yang selalu terlihat di segala media dan muncul sebagai idola yang mengenakan pakaian dengan mode yang mengikuti *trend fashion*. Hal tersebut menyebabkan masyarakat mengikuti dan menirunya.
- c. Internet, menjadi salah satu faktor yang menjadi penyebar luasan *trend fashion*. Melalui website-website, video-video tutorial yang selalu menyediakan tips-tips dalam berpakaian dan selalu mengikuti *trend fashion* terkini.
- d. Dunia bisnis, yang turut menjadi faktor penyumbang dalam perkembangan *trend fashion* di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan meningkatnya permintaan di pasar yang berkaitan dengan *trend fashion* yang sedang marak berkembang.
- e. Dunia musik, saat ini dunia music juga turut menjadi penentu *trend fashion* yang sedang berkembang. Sehingga masyarakat banyak juga yang mengikuti serta meniru gaya berpakaian sang idola di dunia musik khususnya anak-anak muda.

### C. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah bagaimana pola kehidupan seseorang dalam penggunaan uang yang dimiliki dan waktu yang dimilikinya. (Alsabiyah dkk, 2019). Gaya hidup ini sangat berhubungan dengan selera konsumen. Dengan persepsi jika konsumen mengonsumsi produk tertentu maka semakin percaya diri (Firmansyah, 2019). Seperti pakaian atau *fashion* yang dikenakan tersebut sesuai dengan gaya hidup mereka yang disesuaikan dengan peran sosial yang mereka jalankan (Barnard, 2011). Fashion yang diproduksi secara massal menjadi sarana untuk mengonstruksi gaya individual.

Gaya hidup (*life style*) menggambarkan bagaimana konsumsi seseorang yang menunjukkan pilihan seseorang dan bagaimana seseorang menggunakan

waktu dan uang (Razak, 2016). Menurut Suprpto di buku (Razak, 2016) gaya hidup dapat diukur dengan:

- a. Sikap, yaitu pernyataan evaluatif mengenai seseorang, lokasi atau tempat, suatu gagasan, suatu produk dan sebagainya.
- b. Nilai (*value*) merupakan sebuah kepercayaan mengenai sesuatu yang dapat diterima atau diinginkan.
- c. Keinginan (*interest*), merupakan perilaku ketika seseorang menggunakan uang dan waktunya untuk mendukung kegiatannya.
- d. Demografi yaitu meliputi usia, jenjang pendidikan, kedudukan, keluarga, latar belakang, dan sebagainya.
- e. Pola media yang sering digunakan meliputi media cetak atau media elektronik.
- f. Tingkat penggunaan yaitu sebuah ukuran untuk mengonsumsi suatu produk.

#### **D. Minat Beli**

Minat beli merupakan salah satu bagian dari komponen perilaku dalam sikap melakukan konsumsi (Nainggolan & Heryenzus, 2018). Menurut Gigi Kurniawan (2020) minat beli merupakan sebuah langkah konsumen untuk bertindak sebelum minat membeli itu benar-benar dilakukan. Atau bisa juga diartikan sebagai kemungkinan apabila pembeli memiliki maksud untuk melakukan sebuah pembelian pada suatu produk. Sedangkan minat konsumen merupakan seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu produk. Jadi minat beli kredit merupakan sikap ingin melakukan kegiatan pembelian namun cara membayarnya secara kredit atau diangsur.

Menurut Keller dalam (Kurniawan, 2020) minat konsumen adalah mengukur besarnya kemungkinan seorang konsumen untuk melakukan pembelian pada salah satu merek atau mengukur kemungkinan seorang konsumen untuk memilih dari salah satu merek produk ke merek produk lainnya. Menurut Ferdinand (Kurniawan, 2020) minat beli dapat diketahui melalui beberapa indikator berikut ini:

- a. Minat transaksional, yaitu minat dimana seorang individu cenderung akan membeli suatu produk.

- b. Minat referensial, adalah minat dimana seorang individu cenderung mereferensikan produk yang memiliki kualitas bagus kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menunjukkan perilaku seorang individu yang mempunyai preferensi utama pada suatu produk. Dan preferensi ini hanya dapat tergantikan apabila produk preferensi tersebut terjadi sesuatu.
- d. Minat eksploratif, yaitu dimana seorang individu akan selalu menggali informasi tentang suatu produk yang diminati dan mencari informasi tambahan lainnya.

Minat beli akan muncul saat dalam proses pengambilan keputusan (Sari, 2020). Menurut Kotler dalam jurnal (Sari, 2020) ada factor yang membangun minat beli dari konsumen yaitu:

- a. Sikap orang lain  
Yaitu sebesar apa sikap orang lain dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu yang disukainya dan kemudian akan berpengaruh pada dua hal yakni kuatnya sisi negatif dari orang lain terhadap sesuatu yang disukai seorang konsumen serta motivasi dari konsumen untuk mengikuti keinginan orang lain.
- b. Factor situasi yang tidak terantisipasi  
Factor ini yang kemudian akan dapat mempengaruhi pendirian konsumen dalam transaksi suatu pembelian. Hal tersebut akan sesuai dengan apa yang dipikirkan konsumen itu sendiri, apakah ia tetap percaya diri atau tidak dalam memutuskan dalam pembelian suatu barang.

#### **E. Pembayaran Secara Kredit**

Kata kredit berasal dari kata “*credere*” yang memiliki arti kepercayaan. Dalam hal jual beli, kredit adalah sesuatu yang dibayar dengan cara berangsur-angsur. Kredit juga berarti hak untuk memperoleh pembayaran kewajiban pada waktu tertentu, karena barang telah diterima di awal. Unsur-unsur kredit yaitu:

- a. Kepercayaan
- b. Kesepakatan



- c. Jangka waktu
- d. Risiko
- e. Balas jasa

Jual beli secara kredit merupakan jual beli yang pembayarannya dilakukan tidak secara tunai atau kontan, dimana si pembeli telah menerima barang namun belum membayarnya baik sebagian atau keseluruhan. Jual beli secara kredit ini diperbolehkan dalam Islam dengan syarat kedua belah pihak saling ridha dan tidak terpaksa.

Dalam Islam dalam jual beli juga memiliki rukun dan syarat tertentu dimana semua rukun dan syarat harus terpenuhi agar jual beli secara kredit halal dan boleh untuk dilakukan (Sochimin, 2022). Syarat jual beli secara kredit sebagai berikut:

- a. Ada akad dari penjual dan pembeli.
- b. Ada kepastian batas waktu untuk pelunasan.
- c. Adanya kesanggupan dari si pembeli untuk melunasi.
- d. Hanya ada satu akad dan satu harga.

#### **F. Landasan Teologis**

Dalam Islam, kaidah umum dalam memperoleh pendapatan adalah tidak dibolehkannya menetapkan harga dengan cara semaunya. Islam menjelaskan bahwa terdapat cara-cara usaha yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam pandangan Islam, kegiatan ekonomi terutama dalam kegiatan bermu'amalah (jual beli) merupakan aturan kehidupan yang sangat penting. Jual beli artinya hubungan antara seseorang dengan orang yang lain. Adapun yang dinamakan jual beli secara kredit, dimana kredit merupakan cara si penjual yang menjual barang dengan sistem pembayaran tidak tunai (diangsur). Pembelian secara kredit adalah membeli sesuatu dengan pembayaran yang dilakukan dengan angsuran atau dengan tahapan pembayaran yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli.

Ahli hukum Islam juga berpendapat bahwa pembelian dengan kredit adalah transaksi yang diperbolehkan, dimana mereka (penjual dan pembeli) tidak keberatan dengan adanya jual beli kredit tersebut. (Ilham & Sultan, 2016).

Adapun ayat yang berhubungan dengan masalah kredit adalah Q.S Al Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai hendaklah kamu menuliskannya”

Para ulama memperbolehkan jual beli secara kredit tetapi melalui beberapa ketentuan dan syarat-syarat berikut ini:

- a. Harga suatu produk yang ditentukan jelas dan harus diketahui kedua belah pihak.
- b. Pembayaran angsuran telah disepakati penjual dan pembeli serta waktu pembayaran yang dibatasi agar terhindar dari *ba’i gharar* (bisnis penipuan).
- c. Harga yang telah disepakati bersama di awal transaksi, tidak boleh berubah misalkan dinaikkan sehingga akan mempengaruhi pelunasannya yaitu bisa saja melebihi waktu yang ditentukan.
- d. Penjual dilarang mengeksploitasi kebutuhan pembeli dengan cara tidak baik yaitu dengan meninggikan harga melebihi harga pasar yang berlaku, agar tidak termasuk *ba’i muththar* (jual beli dengan terpaksa). Sesuai dengan Firman Allah SWT Q.S An Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”

## G. Kajian Pustaka

Berikut ini ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian ini:

1. Jurnal yang ditulis oleh (Rumbiati & Heriyana, 2020) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Dalam Berbelanja Online” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan beberapa variabel yaitu: gaya hidup (X1), kemudahan (X2),

dan minat beli (Y). Adapun hasil penelitiannya yaitu variabel gaya hidup dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat beli mahasiswa dalam melakukan belanja secara online baik secara parsial ataupun secara simultan. (Rumbiati & Heriyana, 2020)

2. Jurnal yang ditulis oleh (Mualidah & Russanti, 2021) dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas*” penelitian yang menggunakan metode literatur yaitu metode penelitian yang melakukan identifikasi, penelitian dan pengintrepetasian hasil penemuan pada suatu topik penelitian. Adapun hasil penelitiannya yaitu terdapat factor internal berupa gaya hidup tetapi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, kemudian terdapat faktor eksternal berupa factor social, harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Jurnal yang ditulis oleh (Murniaty, et al., 2021) dengan judul “*Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat*” penelitian ini menggunakan metode asosiatif dan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga dan gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat.
4. Jurnal yang ditulis oleh (Nugraheni, Istiatin, & Sarsono, 2020) dengan judul “*Minat Beli Ulang Ditinjau Dari Sikap, Gaya Hidup, dan Persepsi Kebermanfaatan (Studi Kasus Konsumen Luwes Gentan)*” menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan dan signifikan sikap, gaya hidup, dan persepsi kebermanfaatan terhadap minat beli ulang di Luwes Gentan, Sukoharjo.
5. Jurnal yang ditulis oleh (MD & Achiria, 2019) dengan judul “*Peran Trend dan Motif Hijrah terhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu*” penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang merupakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trend* dan motif hijrah melatarbelakangi seseorang untuk menentukan perilaku konsumen muslim dalam melakukan pembelian busana muslimah dan mempengaruhi keputusan konsumen.

6. Jurnal yang ditulis oleh (Laksono & Iskandar, 2018) dengan judul “*Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC*” penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
7. Jurnal yang ditulis oleh (Ratnasari, 2020) dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Barang Elektronik Kredit pada PT Columbus Megah Sentra Sarana Cabang Berau*” penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa factor kebudayaan, factor social dan factor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian barang elektronik secara kredit. Di dalam factor pribadi terdapat factor gaya hidup sehingga gaya hidup juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian secara kredit. Sedangkan factor psikoogis tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian kredit pada barang elektronik.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti dan Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Rumbiati & Heriyana, (2020) dengan judul “ <i>Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Dalam Berbelanja Online</i> ” Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat beli mahasiswa dalam belanja secara online baik secara parsial ataupun secara simultan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel independen yaitu kemudahan</li> </ul>

<p>Mualidah &amp; Russanti (2021) “<i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas</i>” Jurnal: e-Journal</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Adapun hasil penelitiannya yaitu: terdapat faktor internal berupa gaya hidup tetapi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, kemudian terdapat faktor eksternal berupa faktor social, harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Metode penelitiannya menggunakan kualitatif</li> </ul>
<p>Murniaty, et al., (2021) “<i>Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat</i>” Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Adapun hasil penelitiannya yaitu harga dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel independen yaitu harga</li> </ul>
<p>Nugraheni, Istiatin, &amp; Sarsono (2020) “<i>Minat Beli Ulang Ditinjau Dari Sikap, Gaya Hidup, dan Persepsi Kebermanfaatan (Studi Kasus Konsumen Luwes Gentan)</i>” Jurnal Edunomika</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, gaya hidup, dan persepsi kebermanfaatan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli ulang di Luwes Gentan, Sukoharjo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel independent sikap dan persepsi kebermanfaatan</li> </ul>
<p>MD &amp; Achiria, (2019) “<i>Peran Trend dan Motif Hijrah terhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu</i>”</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Adapun hasil penelitiannya yaitu <i>trend</i> dan motif hijrah melatarbelakangi seseorang dalam penentuan perilaku konsumen muslim dalam membeli busana</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel independen yaitu motif hijrah</li> <li>• Variabel dependen yaitu</li> </ul>

Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis		muslimah dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen.	pembelian
Laksono & Iskandar, (2018) “Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC” Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis	Kuantitatif	Adapun hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel dependen berupa keputusan pembelian</li> </ul>
Ratnasari (2020) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Barang Elektronik Kredit pada PT Columbus Megah Sentra Sarana Cabang Berau” Jurnal Ekonomi STIEP	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa factor kebudayaan, factor social dan factor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian barang elektronik secara kredit. Di dalam factor pribadi terdapat factor gaya hidup sehingga gaya hidup juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian secara kredit. Sedangkan factor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian kredit pada barang elektronik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat</li> <li>• Variabel depende berupa keputusan pembelian secara kredit.</li> </ul>

## H. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Pendapatan Keluarga terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja.

Pendapatan keluarga diperkirakan menjadi variabel yang dapat mempengaruhi minat beli kredit pada konsumen. Dalam melakukan pembelian tentu harus memperhatikan berapa besar pendapatan sehingga tahu seberapa besar uang yang akan digunakan untuk membeli sesuatu guna memenuhi kebutuhan. Seorang ibu yang biasanya merupakan pengelola keuangan keluarga dan harus pintar mengelola dan membagi pendapatan untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga sampai dengan kebutuhan pakaian. Tidak dapat dipungkiri apabila suatu saat pendapatan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan. Pendapatan seseorang sangat mempengaruhi daya beli seseorang. (Nainggolan & Heryenzus, 2018)

H1 : Pendapatan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja

2. Pengaruh *Trend Fashion* terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja.

*Trend fashion* diperkirakan memiliki pengaruh terhadap minat beli kredit konsumen produk pakaian. Berbicara mengenai *fashion* maka tidak akan ada habisnya *trend-trend* yang bermunculan. *Trend fashion* selalu berkembang pesat dan para designer tidak pernah kehilangan ide untuk menciptakan *trend-trend* terbaru. Sehingga hal tersebut merangsang pecinta *fashion* yang sebagian besar kaum perempuan memiliki pemikiran harus memilikinya. Walaupun terkadang pendapatan tak cukup untuk membelikannya. Perkembangan *trend fashion* yang sedang terjadi di kalangan masyarakat akan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk. (Sari, Fauzi, & Devita, 2018)

H2 : *Trend fashion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja

3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Kredit Produk Pakaian terhadap konsumen Bu Lis Collections Sokaraja.

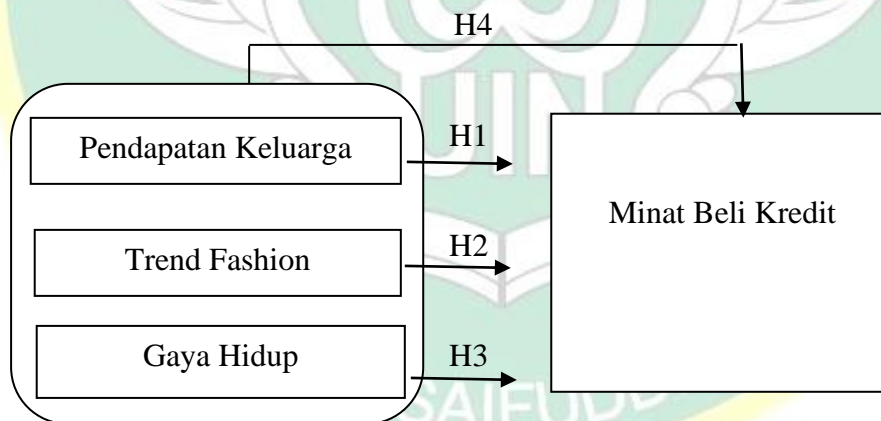
Gaya hidup diperkirakan memiliki pengaruh terhadap minat beli kredit pada konsumen produk pakaian. Gaya hidup seseorang turut mempengaruhi pola konsumsinya (Irwansyah & dkk, 2021).

H3 : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja

4. Pengaruh Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja

Pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup diperkirakan memiliki pengaruh terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian.

H4 : Pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections Sokaraja



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

## I. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan jawaban sementara terhadap suatu tujuan penelitian yang berasal dari kerangka pemikiran yang sudah dibuat. Hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai hubungan antara beberapa variabel atau



lebih. Hipotesis merupakan dugaan sementara jawaban rumusan masalah (Sujarweni, 2019).

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori dan kerangka pikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis sebagai berikut:

1. H0 : Tidak ada pengaruh positif variabel pendapatan keluarga terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections  
H1 : Ada pengaruh positif variabel pendapatan keluarga terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections
2. H0 : Tidak ada pengaruh positif variabel *trend fashion* terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections  
H2 : Ada pengaruh positif variabel *trend fashion* terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections
3. H0 : Tidak ada pengaruh positif variabel gaya hidup terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections  
H3 : Ada pengaruh positif variabel gaya hidup terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections
4. H0 : Tidak ada pengaruh positif secara bersama-sama variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections  
H4 : Ada pengaruh positif secara bersama-sama variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit terhadap pakaian di Bu Lis Collections

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal sampai dengan pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain dari penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, yaitu berawal dari proses mengumpulkan data, menafsirkan data tersebut, serta penampilan dari hasil penelitian tersebut (Siyoto & Sodikin, 2015). Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif sebab menggunakan data berupa angka yang nantinya diolah dengan metode statistik. Penelitian yang akan dilakukan peneliti bertujuan untuk menganalisis, dan mendeskripsikan fenomena yang ada menggunakan angka-angka.

Penelitian ini bersifat korelasional, dimana penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pendapatan keluarga (X1), *trend fashion* (X2), dan gaya hidup (X3) terhadap minat beli kredit (Y) pada konsumen BU Lis Collections Sokaraja. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu X dan Y, variabel X adalah sebagai variabel independen dan Y sebagai variabel dependen.

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Klahang dan Sekitarnya, Kecamatan Sokaraja yang ditujukan kepada masyarakat perempuan di Desa Klahang dan menjadi konsumen Bu Lis Collections dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen secara kredit. Peneliti memilih Desa Klahang, Kecamatan Sokaraja karena di wilayah tersebut marak terjadinya pembelian pakaian secara kredit sedangkan wilayah tersebut tidak jauh dari kota. Jadi peneliti akan meneliti seberapa besar pendapat pengaruh pendapatan keluarga, trend fashion, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian.

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu dilaksanakan sejak bulan Februari 2022 sampai dengan selesai.

### C. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu untuk dipelajari dan diteliti yang nantinya dapat diambil kesimpulannya (Siyoto & Sodikin, 2015). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah masyarakat perempuan yang telah melakukan pembelian secara kredit ataupun yang belum pernah melakukan pembelian secara kredit pada produk pakaian di Desa Klahang pada Bu Lis Collections. Jadi jumlah populasi tidak diketahui

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang dipilih berdasarkan suatu prosedur sehingga dapat mewakili populasinya. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini adalah penelitian sampel, sebab dalam penelitian ini hanya sebagian dari populasi dan hasil penelitian akan digeneralisasi pada seluruh populasi.

Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Sampling Purposive merupakan salah satu teknik dalam menentukan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu. Karena populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan menurut *Lameshow* yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot 1. \frac{\alpha}{2} P1(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel  
 z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96  
 P = maksimal estimasi = 0,5  
 d = Alpha (0,01) atau *sampling error* = 10%  
 jadi, besar sampel yang dapat dihitung yaitu:

$$\frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling berupa *nonprobability sampling* yaitu suatu teknik sampling yang tidak ada pemberian peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk diambil sebagai sampel. (Siyoto & Sodikin, 2015). Dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, penyebaran angket (kuisisioner) menggunakan lembaran kuisisioner yang telah diprint dan diperbanyak sesuai jumlah sampel yang akan diambil. Hal tersebut karena responden sebagian besar ibu-ibu. Adapun kriteria dalam penentuan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Perempuan yang telah memiliki keluarga.
- 2) Perempuan yang pernah, masih menjadi konsumen Bu Lis Collections yang membeli secara kredit, dan yang mengetahui Bu Lis Collections menjual pakaian secara kredit.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel merupakan sesuatu yang menjadi obyek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti (Siyoto & Sodikin, 2015). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

## 1. Variabel Independen

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terkait (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendapatan keluarga (X1), *trend fashion* (X2), gaya hidup (X3).

Indikator pendapatan keluarga menurut (Yunsepa, Anwar, & Triyudi, 2020) yaitu

- a. Penghasilan keluarga per bulan.
- b. Pekerjaan dari anggota keluarga.
- c. Jumlah tanggungan keluarga
- d. Pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pokok.
- e. Perbandingan pendapatan dan pengeluaran
- f. Anggaran untuk pendidikan.

Indikator *trend fashion* menurut (Gunawan & Sitinjak, 2018) yaitu:

- a. *Fashion* hal terpenting.
- b. Mengikuti perkembangan zaman.
- c. Pengeksresian diri si pemakai.
- d. Bisa diterima masyarakat.
- e. Dipengaruhi orang lain dalam pemilihan *fashion*.
- f. Menambah percaya diri si pemakai.

Menurut Mashur (2016), indikator gaya hidup sebagai berikut

- a. Kebiasaan atau sikap yaitu pernyataan evaluatif tentang orang lain, tempat, ide produk dan sebagainya.
- b. Kegiatan yang dilakukan yaitu bagaimana konsumen menggunakan waktu dan upaya, seperti hobi, olahraga, dan pelayanan umum.
- c. Media social yaitu penggunaan media social oleh konsumen.
- d. Tingkat penggunaan suatu produk yaitu ukuran konsumsi dalam suatu produk seperti pengguna berat, medium, atau ringan.
- e. Membeli sesuatu secara spontanitas.
- f. Selalu mengikuti penampilan masyarakat modern di sekitar tempat tinggal.

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terkait (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (X). yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli kredit (Y) pada produk pakaian pada konsumen Bu Lis Collections di Desa Klahang Kecamatan Sokaraja.

Indikato-indikator minat beli secara kredit yaitu: (Purbohastuti & Hidayah, 2020)

- 1) Minat transaksional, yaitu seseorang cenderung melakukan pembelian terhadap suatu produk.
- 2) Minat referensial, yaitu seseorang cenderung mereferensikan produk yang memiliki kualitas bagus kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menunjukkan perilaku seseorang yang mempunyai preferensi utama pada suatu produk. Dan preferensi ini hanya bisa diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensi tersebut.
- 4) Minat eksploratif, yaitu dimana seseorang akan selalu mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi lainnya.
- 5) Sistem pembayaran yang dipilih apakah tunai atau kredit.
- 6) Membeli kredit karena kebutuhan.
- 7) Merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli secara kredit.

## E. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, klompok focus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Sujarweni, 2019). Data dikumpulakn oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah,

artikel, buku-buku sebagai teori, dan lainnya. Data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. (Sujarweni, 2019)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu:

### 1. Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Sujarweni, 2019). Kuesioner yang digunakan memiliki beberapa pilihan jawaban, dimana telah disediakan lima jawaban yang memiliki skor masing-masing. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara online (*google form*). Peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli secara kredit di Bu Lis Collections Sokaraja. Skala yang digunakan dalam data ini adalah skala likert. Kategori yang digunakan yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No.	Kategori	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam teknik ini, peneliti menyebarkan angket untuk mengetahui pengaruh pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli kredit pakaian pada Bu Lis Collections Sokaraja.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan (Sujarweni, 2019). Dengan wawancara, peneliti harus bertanya secara mendalam sehingga data yang didapatkan peneliti valid. Penelitian ini melakukan wawancara kepada

pemilik Bu Lis Collections Sokaraja untuk mendapatkan data pendahulu.

### 3. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang terjadi pada obyek penelitian. Peneliti menggunakan observasi langsung karena peneliti ingin mendapatkan data yang sebenar-benarnya.

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah analisis dokumen dimana lebih mengarah kepada bukti yang konkret untuk mendukung penelitian (Sujarweni, 2019). Penelitian ini menggunakan referensi dari jurnal, buku, serta data-data pendukung lainnya.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Sujarweni, 2019). Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner tersebut mampu menunjukkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika:

$r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pernyataan tersebut valid.

$r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

#### b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Sujarweni, 2019). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika:

*Cronbach alpha*  $>$  0,60 maka reliabel



*Cronbach alpha* < 0,60 maka tidak reliabel

## 2. Uji Hipotesis

### 1) Korelasi *Rank Spearman*

Korelasi *Rank Spearman* mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi diantara 2 variabel (hubungan *bivariate*) di mana kedua variabel yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang (*ranking*)

Penafsiran analisis korelasi rank spearman sebagai berikut:

#### a) Kriteria tingkat kekuatan korelasi rank spearman:

- Nilai koefisien korelasi 0,00-0,25 : hubungan yang sangat lemah
- Nilai koefisien korelasi 0,26-0,50 : hubungan cukup
- Nilai koefisien korelasi 0,52-0,75 : hubungan kuat
- Nilai koefisien korelasi 0,76-0,99 : hubungan sangat kuat
- Nilai koefisien korelasi 1.00 : hubungan sempurna

#### b) Korelasi arah korelasi

Arah korelasi dilihat pada angka koefisien korelasi sebagaimana angka kekuatan korelasi. Sedarnya nilai koefisien korelasi tersebut terletak antara +1 sampai -1 jika korelasi bernilai positif, maka hubungan kedua variabel dinyatakan searah

#### c) Kriteria Signifikan Korelasi

Kekuatan dan arah korelasi (hubungan) akan mempunyai arti jika hubungan antar variabel tersebut signifikan. Dikatakan ada hubungan yang signifikan jika nilai *sig.*(2-tailed) < 0,05. Jika nilai *sig.*(2-tailed) > 0,05 maka tidak signifikan atau tidak berarti.

Berikut rumus korelasi *rank spearman* :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N dt^2}{N^3 - N}$$

$\rho$  (rho) : koefisien Korelasi *rank spearman*

$N$  : jumlah sampel

$di^2$  : perbedaan antara ranjing pada X dan Y yang telah dikuadratkan

## 2) Koefisien *Konkordinasi Kendall W*

Koefisien *Konkordinasi Kendall W* mempunyai kegunaan untuk mencari relasi diantara dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependen (hubungan *multivariate*). Di mana variabel-variabel yang dikorelasikan tersebut berskala ordinal. *Konkordinasi Kendall W* digunakan untuk mengetahui apakah ada keselarasan atau kesepakatan dari responden. Keselarasan (konkordinasi) diberi nilai seperti halnya korelasi, yaitu dari 0 sampai 1.

Jika 0 berarti sama sekali tidak selaras satu dengan lainnya dalam menilai.

Jika 1 maka semua responden selaras atau sepakat.

Nilai keselarasan 0,5 dianggap sebagai tingkat keselarasan yang cukup tinggi.

Untuk menghitung *Konkordinasi Kendall W* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)}$$

Dimana:

$W$  : koefisien korelasi *Konkordinasi Kendall W*

$S$  : jumlah kuadrat deviasi observasi dari  $Man R_j$

$$\text{Jadi } S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2$$

$K$  : banyak himpunan rangking penjenjangan, misalnya banyak penilai

$R_j$  : jumlah rangking yang diberikan

$N$  : banyak obyek atau individu yang diberi rangking

$\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)$  : jumlah maksimum yang mungkin dicapai deviasi kuadrat, yaitu jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna diantara k rangking.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat Desa Klahang Kecamatan Sokaraja dan sekitarnya yang telah dan mengetahui pembelian secara kredit pada produk pakaian. Salah satu usaha yang bergerak di bidang *fashion* terletak di Desa Klahang Kecamatan Sokaraja, usaha tersebut bernama Bu Lis Collections. Bu Lis Collections menjual berbagai kebutuhan *fashion* dari berbagai kalangan. Bu Lis Collections ini menawarkan dua jenis pembayaran yaitu dengan cara tunai dan kredit.

Bu Lis Collection berdiri sejak tahun 2010 dengan modal awal hanya sebesar Rp1.000.000,-. Usaha ini berawal dari pemilik yaitu Bu Lis ini membantu orang untuk membelikan pakaian yang dibutuhkan terlebih dahulu dan membayarnya dengan sistem kredit. Kemudian semakin banyak yang minat untuk membeli pakaian secara kredit di Bu Lis karena menggunakan sistem kredit. Oleh karena itu Bu Lis mengembangkan usaha ini untuk membantu orang-orang dalam memenuhi kebutuhan *fashion* mereka yaitu dengan sistem pembayaran kredit.

Awanlanya konsumen Bu Lis Collections hanya dari tetangga dari Bu Lis sendiri yaitu hanya di Desa Klahang, namun sekarang konsumen Bu Lis Collections semakin bertambah yaitu tidak hanya dari Desa Klahang saja tetapi dari luar Desa Klahang. Dan sekarang Bu Lis memiliki beberapa reseller di dari Desa Klahang ataupun dari luar Desa Klahang. Konsumen Bu Lis Collections semakin bertambah yaitu dengan pembayaran secara kredit. Sebagian besar konsumen dari Bu Lis Collections yaitu kaum perempuan dan ibu-ibu.

*Fashion* yang ditawarkan Bu Lis Collections beraneka ragam, mulai dari anak-anak hingga dewasa, baik untuk laki-laki ataupun perempuan. Jenis *fashion* untuk perempuan dewasa saat ini sangat berkembang pesat dan semakin banyak varian dan modelnya. Bu Lis Collections selalu menawarkan berbagai produknya mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan *trend*

nya. Bu Lis Collections selalu mengikuti permintaan dari konsumennya, dan konsumen pun menginginkan produk dengan kualitas yang bagus walaupun dengan harga yang cukup tinggi. Dengan adanya Bu Lis Collections ini, Ibu-ibu dapat mengikuti *trend fashion* yang sedang muncul di masyarakat yaitu dengan membeli berbagai kebutuhan *fashion* mereka dan keluarga mereka walaupun dengan menggunakan sistem kredit.

## B. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui gambaran umum atau latar belakang sampel dalam penelitian ini, sehingga ada beberapa gambaran karakteristik responden yang telah dijakikan sampel pada penelitian ini. Karakteristik yang digunakan pada penelitian ini meliputi domisili, jenis kelamin, usia dan pendapatan keluarga per bulan. Berikut hasil identifikasi karakteristik responden berdasarkan kuesioner yang terkumpul:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

Domisili	Frekuensi	Prosentase
Desa Klahang	92	92%
Luar Desa Klahang	8	8%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa responden yang berdomisili Desa Klahang Kecamatan Sokaraja sebanyak 92% sedangkan yang berdomisili di luar Desa Klahang Kecamatan Sokaraja sebanyak 8%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, sebagian besar berdomisili di Desa Klahang Kecamatan Sokaraja.

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	0	0

Perempuan	100	100%
-----------	-----	------

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 0 dan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah 100%. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, keseluruhan responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Prosentase
20-25 tahun	4	4%
26-30 tahun	18	18%
31-35 tahun	11	11%
36-40 tahun	21	21%
Di atas 40 tahun	46	46%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa responden yang berusia 20-25 tahun sebanyak 4%, yang berusia 26-30 tahun sebanyak 18%, yang berusia 31-35 tahun sebanyak 11%, yang berusia 36-40 tahun sebanyak 21%, dan yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 46%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden yang mengetahui Bu Lis Collections, dan pernah serta menjadi konsumen Bu Lis Collections sebagian besar berusia di atas 40 tahun.

Tabel 4. 4

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga per Bulan**

<b>Pendapatan Keluarga</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<Rp1.000.000	11	11%
Rp1.000.000-Rp1.500.000	45	45%
Rp1.500.000-Rp2.000.000	36	36%
>Rp2.000.000	8	8%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas maka dapat diketahui bahwa responden dengan pendapatan keluarga per bulan <Rp1.000.000 sebanyak 11%, responden dengan pendapatan keluarga per bulan Rp1.000.000-Rp1.500.000 sebanyak 45%, responden dengan pendapatan keluarga per bulan Rp1.500.000-Rp2.000.000 sebanyak 36%, dan responden dengan pendapatan keluarga per bulan >Rp2.000.000 sebanyak 8%. Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendapatan keluarga per bulan Rp1.000.000-Rp1.500.000 lebih mendominasi berminat membeli secara kredit di Bu Lis Collections.

### **C. Distribusi Tanggapan Responden**

Pengaruh Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit Pada Produk Pakain di Bu Lis Collections dapat dilihat dari tanggapan responden masing-masing variabel. Berikut hasil tanggapan responden berdasarkan kuesioner yang disebar.

## 1. Variabel Independen

**Tabel 4. 5**  
**Variabel Pendapatan Keluarga**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Jumlah pendapatan keluarga setiap bulan selalu mencukupi kebutuhan keluarga saya	0	5	10	67	18	100
2	Ada beberapa anggota keluarga yang bekerja sehingga menambah pendapatan keluarga	6	31	0	51	12	100
3	Jumlah tanggungan di keluarga saya cukup banyak	0	18	13	55	14	100
4	Semakin tinggi tingkat pendapatan semakin tinggi juga konsumsi	0	15	8	56	21	100
5	Ada bagian pendapatan yang digunakan untuk Pendidikan	4	39	1	43	13	100
6	Selalu ada uang untuk memenuhi kebutuhan fashion	3	32	22	40	3	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022



**Tabel 4. 6**  
**Variabel *Trend Fashion***

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Fashion adalah hal terpenting dalam mendukung aktivitas seseorang	0	2	8	53	37	100
2	Menggunakan produk pakaian dari Bu Lis Collections dapat mengekspresikan diri saya	0	24	9	66	1	100
3	Fashion yang ditawarkan Bu Lis Collections kualitasnya bagus dan memiliki model bervariasi	0	2	8	62	24	100
4	Ketika saya melihat seseorang mengenakan pakaian terbaru dan bagus, timbul keinginan untuk mengenyakannya juga.	0	21	6	62	10	100
5	Apabila menggunakan pakaian dengan <i>trend</i> terbaru akan menambah kepercayaan diri saya.	1	15	6	76	2	100
6	Fashion yang ditawarkan Bu Lis	0	6	5	49	40	100

	Collections sesuai dengan yang sedang update						
--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

**Tabel 4. 7**  
**Variabel Gaya Hidup**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya memiliki kebiasaan berbelanja pakaian sesuai dengan trend nya	0	26	2	50	22	100
2	Dalam segala kegiatan, saya selalu memperhatikan gaya berpakaian	0	11	8	57	24	100
3	Media sosial berperan dalam menentukan gaya berpakaian saya.	0	39	2	44	14	100
4	Saya cenderung banyak mengeluarkan uang untuk membeli pakaian	0	33	18	48	1	100
5	Saya sering membeli salah satu kebutuhan fashion secara spontanitas	0	46	9	44	1	100
6	Saya selalu mengikuti perkembangan fashion di masyarakat agar tidak ketinggalan	0	16	18	45	21	100

	zaman						
7	Saya merasa senang Ketika melihat model-model pakaian terbaru di Bu Lis Collections	1	11	6	70	12	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

## 2. Variabel Dependen

**Tabel 4. 8**  
**Variabel Minat Beli Secara Kredit**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1	Saya selalu memperhatikan produk terbaru yang sering ditawarkan Bu Lis Collections.	5	20	0	71	4	100
2	Saya tertarik membeli produk pakaian dan mereferensikan kepada teman untuk membeli pakaian di Bu Lis Collections dengan menggunakan pembayaran kredit	0	1	4	41	54	100
3	Saya memilih Bu Lis Collections untuk memenuhi kebutuhan <i>fashion</i>	3	24	8	62	3	100
4	Saya selalu mencari informasi mengenai produk-produk terbaru	2	25	3	65	5	100

	yang ditawarkan Bu Lis Collections						
5	Saya melakukan pembelian terhadap suatu produk pakaian di Bu Lis Collectons dengan cara kredit.	0	15	0	70	15	100
6	Saya minat membeli produk pakaian tertentu secara kredit karena kebutuhan	0	6	2	38	54	100
7	Saya merekomendasikan kepada teman untuk membeli pakaian secara kredit di Bu Lis Collections	0	1	2	47	50	100
8	Di Bu Lis Collections selalu menyediakan pakaian yang <i>fashionable</i> dan sesuai permintaan konsumen dengan pembayaran secara kredit	0	2	4	23	71	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

#### D. Hasil Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari masing-masing pernyataan. Dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas ini yaitu koefisien korelasi  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel. Dimana *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam penelitian ini ( $n$ ) merupakan jumlah

sampel yaitu 100 responden. Jadi  $df = 100 - 2 = 98$  dan  $\alpha = 0,05$ , sehingga  $r$  tabel = 0,165 dengan ketentuan sebagai berikut:

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid

Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid

Berikut ini hasil uji validitas instrumen hasil olahan SPSS dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pendapatan Keluarga (X1)	1	0,735	0,165	Valid
	2	0,729	0,165	Valid
	3	0,736	0,165	Valid
	4	0,795	0,165	Valid
	5	0,471	0,165	Valid
	6	0,753	0,165	Valid
<i>Trend Fashion</i> (X2)	1	0,765	0,165	Valid
	2	0,777	0,165	Valid
	3	0,772	0,165	Valid
	4	0,849	0,165	Valid
	5	0,877	0,165	Valid
	6	0,813	0,165	Valid
Gaya Hidup (X3)	1	0,873	0,165	Valid
	2	0,816	0,165	Valid
	3	0,814	0,165	Valid
	4	0,891	0,165	Valid
	5	0,854	0,165	Valid

	6	0,863	0,165	Valid
	7	0,545	0,165	Valid
Minat Beli Secara Kredit (Y)	1	0,850	0,165	Valid
	2	0,698	0,165	Valid
	3	0,854	0,165	Valid
	4	0,854	0,165	Valid
	5	0,772	0,165	Valid
	6	0,739	0,165	Valid
	7	0,636	0,165	Valid
	8	0,753	0,165	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji validitas pada SPSS yang terlihat pada tabel di atas, maka setiap item pernyataan mempunyai  $r$  hitung yang lebih besar dibanding  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$  0,165), dengan demikian maka variabel Pendapatan Keluarga (X1), *Trend Fashion* (X2), Gaya Hidup (X3), dan Minat Beli Secara Kredit (Y) layak untuk digunakan sebagai penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur kestabilan dan kekonsistenan responden dalam memberikan jawaban dalam setiap pernyataan. Suatu pernyataan dikatakan reliabel jika nilai koefisien *Cronbach alpha*  $>$  0,60 dan jika  $<$  60 maka dikatakan tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas instrumen pada SPSS dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
1	Pendapatan Keluarga (X1)	0,770	Reliabel

2	<i>Trend Fashion (X2)</i>	0,891	Reliabel
3	Gaya Hidup (X3)	0,912	Reliabel
4	Minat Beli Secara Kredit (Y)	0,901	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel uji reliabilitas pada SPSS yang terlihat pada tabel di atas yaitu dapat diketahui bahwa kolom nilai *cronbach's alpha* pada variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, gaya hidup, dan minat beli secara kredit menunjukkan hasil  $> 0,60$  sehingga dikatakan reliabel semua.

#### E. Hasil Analisis Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal adalah sebuah analisis regresi yang dipakai pada penelitian dimana data yang akan dianalisis mempunyai variabel yang menggunakan skala pengukuran minimal ordinal. Digunakannya analisis ordinal ini memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh model terbaik serta sederhana yang dapat menampilkan pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, analisis ordinal digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh antara Minat Beli Secara Kredit dengan variabel terkait. Berikut 6 *output* analisis regresi ordinal dari SPSS :

**Tabel 4. 11**

#### Hasil Uji Regesi Ordinal

<b>Warnings</b>
There are 81 (59.6%) cells (i.e., dependent variable levels by observed combinations of predictor variable values) with zero frequencies.

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Bagian pertama ini merupakan *output* atau bagian peringatan atau *warnings*. Pada *output* bagian ini menunjukkan bahwa terdapat 81 sel pada tabungan silang antara Pendapatan Keluarga (X1), *Trend Fashion*

(X2), Gaya Hidup (X3) dengan Miat Beli Secara Kredit (Y) yang memiliki frekuensi nol.

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Case Processing Summary**

		N	Marginal Percentage
Minat_Beli_Secara_Kredit	Tidak Setuju	6	6.0%
	Kurang Setuju	12	12.0%
	Setuju	40	40.0%
	Sangat Setuju	42	42.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Bagian kedua ini merupakan *output Case Processing Summary*. Pada *output* ini menunjukkan berapa banyak data yang dianalisis yaitu 100 responden, dan semua data dapat diolah karena tidak terdapat data yang termasuk dalam kategori *missing*. Berdasarkan 100 responden tersebut, dapat diketahui bahwa Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan kategori Tidak Setuju yaitu 6 responden (6%), untuk Kurang Setuju yaitu 12 responden (12%), untuk kategori Setuju yaitu 40 responden (42%), dan untuk kategori Sangat Setuju yaitu 42 responden (42%).

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Model Fitting Information**

<b>Model Fitting Information</b>				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	144.947			
Final	117.510	27.437	3	.000

Link function: Logit.



*Sumber: Data Primer yang diolah*

Bagian ketiga ini merupakan bagian *model fitting information*. Pada bagian ini digunakan untuk mengetahui model regresi yang digunakan signifikan atau tidak. Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *-2log likelihood* awal dengan tidak menambahkan variabel independent (*intercept only*) memiliki nilai 144,947. Sedangkan nilai *2-log likelihood* dengan menambahkan variabel independent ke dalam model (*final*) memiliki nilai 117,510. Dapat diketahui bahwa ada perubahan nilai *chi-square* yaitu 27,437 dan pada kolom sig. apabila nilai *sig.*  $\leq 0,05$  maka model tersebut signifikan. Kemudian nilai *sig.* pada kolom *fitting information* sebesar 0,000 maka model signifikan.

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Goodness of Fit**

<b>Goodness-of-Fit</b>			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	85.861	96	.761
Deviance	78.636	96	.901

Link function: Logit.

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Bagian keempat merupakan *output* atau bagian *goodness of fit*. Pada bagian ini menunjukkan uji kesesuaian model dengan data. Pada kolom *pearson* memiliki nilai 86,861 dengan nilai signifikansi 0,761 ( $>0,05$ ), dan pada kolom *deviance* memiliki nilai 78,636 dengan nilai signifikansi 0,901 ( $>0,05$ ). Dari hasil tersebut maka dikatakan sesuai dengan empiris atau model layak digunakan.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Pseudo R-Square**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.240
Nagelkerke	.266
McFadden	.119
Link function: Logit.	

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Bagian kelima merupakan bagian *Pseudo R-Square*. Pada bagian ini menunjukkan mengenai variasi tingkat minat beli secara kredit yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen, yaitu pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup. Untuk mengetahui variasi minat beli secara kredit ini dapat dilihat pada kolom *McFadden* yang menunjukkan bahwa variasi minat beli secara kredit dapat dijelaskan oleh variabel pendapatan keluarga, *tend fashion*, dan gaya hidup yaitu memiliki nilai 11,9%.

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Parameter Estimates**

		Parameter Estimates						
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Minat_Beli_Secara_Kredit = 2.00]	3.245	1.272	6.505	1	.011	.751	5.738
	[Minat_Beli_Secara_Kredit = 3.00]	4.772	1.286	13.769	1	.000	2.251	7.293
	[Minat_Beli_Secara_Kredit = 4.00]	7.102	1.408	25.427	1	.000	4.342	9.863
Location	Pendapatan_Keluarga	.535	.258	4.311	1	.038	.030	1.040
	Trend_Fashion	.770	.280	7.592	1	.006	.222	1.318
	Gaya_Hidup	.525	.243	4.681	1	.031	.049	1.001
		Link function: Logit.						

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Bagian keenam merupakan bagian *Parameter Estimates*. Pada bagian ini menunjukkan mengenai pengaruh dari tiap-tiap koefisien regresi signifikan atau tidak. Aturan pada bagian ini adalah jika pada kolom *sig.* memiliki nilai  $\leq 0,05$  maka dikatakan signifikan. Terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *sig.* pada kolom variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup memiliki nilai secara keseluruhan yaitu  $> 0,05$ , maka dinyatakan bahwa variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli secara kredit.

## F. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Hipotesis Pertama

#### a. Analisis Regresi Ordinal

Terlihat pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa variabel pendapatan keluarga pada kolom *sig.* memiliki nilai 0,038 yaitu  $< 0,05$  yang artinya variabel pendapatan keluarga berpengaruh terhadap minat beli secara kredit.

#### b. Korelasi Rank Spearman

**Tabel 4. 17**

**Hasil Uji Korelasi Rank Spearman  
Hubungan Antara Pendapatan Keluarga (X1) dan Minat Beli  
Secara Kredit (Y)**

Correlations			Pendapaan Keluarga	Minat Beli Secara Kredit
Spearman's rho	Pendapaan Keluarga	Correlation Coefficient	1.000	.327**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	100	100
	Minat Beli Secara Kredit	Correlation Coefficient	.327**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji korelasi *rang spearman* di atas menunjukkan koefisien korelasi 0,327, yang memiliki arti bahwa korelasi antara variabel pendapatan keluarga dan minat beli secara kredit kuat, karena memiliki nilai positif. Sehingga terdapat hubungan positif antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit. Artinya apabila pendapatan keluarga meningkat maka minat beli secara kredit di Bu Lis Collections juga akan meningkat karena mereka memiliki kemampuan yang lebih untuk membayar angsuran di Bu Lis Collections. Pada hasil uji *rank spearman* di atas juga menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,001. Karena nilai *sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Sehingga, hasil uji hipotesis ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit. Dan nilai N menunjukkan nilai 100 yang artinya sampel yang digunakan berjumlah 100.

## 2. Hipotesis Kedua

### a. Analisis Regresi Ordinal

Terlihat pada tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa variabel pendapatan keluarga pada kolom *sig.* memiliki nilai 0,006 yaitu  $<0,05$  yang artinya variabel *trend fashion* berpengaruh terhadap minat beli secara kredit.

### b. Korelasi Rank Spearman

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman***  
**Hubungan Antara Trend Fashion (X2) dan Minat Beli Secara Kredit (Y)**

Correlations			Trend Fashion	Mina Beli Secara Kredit
Spearman's rho	Trend Fashion	Correlation Coefficient	1.000	.345**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Mina Beli Secara Kredit	Correlation Coefficient	.345**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan hasil uji korelasi *rang spearman* di atas menunjukkan koefisien korelasi 0,345, yang memiliki arti bahwa korelasi antara variabel *trend fashion* dan minat beli secara kredit kuat, karena memiliki nilai positif. Sehingga terdapat hubungan positif antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit. Artinya apabila *trend fashion* semakin berkembang maka minat beli secara kredit di Bu Lis Collections juga akan meningkat. Pada hasil uji *rank spearman* di atas juga menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Karena nilai *sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Sehingga, hasil uji hipotesis ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel *trend fashion* dengan minat beli secara kredit. Dan nilai N menunjukkan nilai 100 yang artinya sampel yang digunakan berjumlah 100.

### 3. Hipotesis Ketiga

#### a. Analisis Regresi Ordinal

Terlihat pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa variabel pendapatan keluarga pada kolom *sig.* memiliki nilai 0,031 yaitu

<0,05 yang artinya variabel gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli secara kredit.

b. Korelasi *Rank Spearman*

**Tabel 4. 19**

**Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman***

**Hubungan Antara Gaya Hidup (X3) dan Minat Beli Secara Kredit (Y)**

Correlations			Gaya Hidup	Mina Beli Secara Kredit
Spearman's rho	Gaya Hidup	Correlation Coefficient	1.000	.374**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Mina Beli Secara Kredit	Correlation Coefficient	.374**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel hasil uji korelasi *rang spearman* di atas menunjukkan koefisien korelasi 0,374, yang memiliki arti bahwa korelasi antara variabel gaya hidup dan minat beli secara kredit kuat, karena memiliki nilai positif. Sehingga terdapat hubungan positif antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit. Artinya apabila gaya hidup meningkat maka minat beli secara kredit di Bu Lis Collections juga akan meningkat. Pada hasil uji *rank spearman* di atas juga menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000. Karena nilai *sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Sehingga, hasil uji hipotesis ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel *trend fashion* dengan minat beli secara kredit. Dan nilai N menunjukkan nilai 100 yang artinya sampel yang digunakan berjumlah 100.

#### 4. Hipotesis Keempat

##### a. Analisis Regresi

Terlihat pada tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa pada kolom *sig.* pada variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup seluruhnya yang masing-masing memiliki nilai *sig.* (0,038), (0,006), dan (0,031) yaitu  $<0,05$  yang artinya variabel pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli secara kredit.

##### b. Konkordinasi Kendall's W

**Tabel 4. 20**  
**Hasil Uji Ranks**

Ranks	
	Mean Rank
Pendapatan_Keluarga	2.19
Trend_Fashion	2.67
Gaya_Hidup	1.99
Minat_Beli_Secara_Kredit	3.16

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Pada tabel di atas terlihat nilai *mean rank* dari tiap variabel penelitian. Nilai *mean rank* pada pendapatan keluarga yaitu 2,19, *trend fashion* yaitu 2,67, gaya hidup yaitu 1,99, dan minat beli secara kredit yaitu 3,16

**Tabel 4. 21**  
**Hasil Uji Test Statistics**

<b>Test Statistics</b>	
N	100
Kendall's W <sup>a</sup>	.228
Chi-Square	68.394
df	3
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's  
Coefficient of  
Concordance

*sumber: Data Primer yang diolah, 2022*

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien konkordinasi Kendall's W memiliki nilai 0,228. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara pendapata keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit. Terdapat nila positif dan kekuatan hubungan. Terdapat juga nili *Asymp. Sig.* sebesar 0,000, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* < 0,05, maka uji Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendapata keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup terhadap minat beli secara kredit.

### **G. Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Pengaruh Pendapatan Keluarga (X1) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y)

Setelah dilakukan uji terhadap variabel pendapatan keluarga dan variabel minat beli secara kredit melalui uji *rank spearman* dengan hasil yang menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit sebesar 0,327 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,001, dengan demikikan hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikasi < 0,0, maka Ha diterima. Oleh



karena itu, maka kepuasan atas H1 diterima, yang artinya terdapat hubungan antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections, Sokaraja dengan tingkat korelasi cukup kuat antara Pendapatan Keluarga (X1) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan arah yang positif sehingga apabila pendapatan keluarga naik, maka minat beli secara kredit juga naik karena dengan pendapatan yang semakin tinggi maka kemampuan untuk membayar angsuran lebih tinggi.

Kemudian pada uji regresi ordinal, menunjukkan bahwa pada hasil *parameter estimates*, menunjukkan pengaruh tiap-tiap koefisien regresi signifikan atau tidak, yaitu dengan ketentuan apabila pada kolom *sig.* memiliki nilai  $< 0,05$  berarti signifikan. Terlihat pada kolom *sig.* pada variabel pendapatan keluarga sebesar  $0,38 < 0,05$ , berarti variabel pendapatan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections. Yang artinya yaitu apabila pendapatan keluarga naik, maka minat beli secara kredit juga naik karena dengan pendapatan yang semakin tinggi maka kemampuan untuk membayar angsuran lebih tinggi. Berdasarkan jawaban responden apabila memiliki kenaikan pendapatan maka konsumsi keluarga mereka pun ikut naik termasuk untuk konsumsi kebutuhan *fashion*, karena ada bagian pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan *fashion* yang pemenuhan kebutuhan *fashion* tersebut dilakukan dengan sistem pembayaran secara kredit yang diangsur setiap bulan. Dan berdasarkan jawaban responden juga apabila anggota keluarga yang bekerja itu semakin banyak secara otomatis pendapatan keluarga tersebut juga bertambah sehingga uang untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga juga bertambah termasuk

memenuhi kebutuhan *fashion* yang dilakukan dengan sistem pembayaran secara kredit dan diangsur setiap sebulan. Dengan memiliki kenaikan pendapatan keluarga tersebut maka bertambah pula kemampuan untuk membayar angsuran setiap bulan. Jadi pendapatan keluarga di sini menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli secara kredit pada produk pakaian.

Hasil penelitian ini mendukung sejalan dengan hasil penelitian Laksono dan Iskandar (2018) dimana variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat beli namun dengan pembauaan secara tunai. Jadi pendapatan berpengaruh terhadap minat beli baik dengan pembayaran secara tunai maupun dengan pembayaran secara kredit.

## 2. Pengaruh *Trend Fashion* (X2) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y)

Setelah dilakukan uji terhadap variabel pendapatan keluarga dan variabel minat beli secara kredit melalui uji *rank spearman* dengan hasil yang menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel *trend fashion* dengan minat beli secara kredit sebesar 0,345 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, maka keputusan atas  $H_2$  diterima, yang artinya terdapat hubungan antara *trend fashion* dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections, Sokaraja dengan tingkat korelasi cukup kuat antara *Trend Fashion* (X2) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan arah yang positif sehingga menunjukkan bahwa semakin berkembang *trend fashion* maka semakin tinggi minat beli secara kredit karena walaupun melalui pembayaran secara kredit maka masyarakat masih bisa mengikuti *trend fashion* yang sedang berkembang dan semakin update sehingga tidak ketinggalan zaman.

Kemudian pada uji regresi ordinal, menunjukkan bahwa pada hasil *parameter estimates*, menjelaskan pengaruh tiap-tiap koefisien regresi signifikan atau tidak, yaitu dengan ketentuan apabila pada

kolom *sig.* memiliki nilai  $< 0,05$  berarti signifikan. Terlihat pada kolom *sig.* pada variabel *trend fashion* sebesar  $0,006 < 0,05$ , berarti variabel *trend fashion* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *trend fashion* dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections. Semakin *update* pakaian yang ditawarkan Bu Lis maka semakin tinggi minat beli konsumen dengan pembayaran secara kredit. Berdasarkan jawaban sebagian besar responden apabila mengenakan produk pakaian dari Bu Lis Collections yang memiliki *trend* terbaru, kualitas bagus, model yang bagus, dan selalu *update* akan mendukung segala aktivitas mereka, dapat mengespresikan diri mereka dan dapat menambah percaya diri mereka karena mereka mengenakan pakain dengan *trend* yang sedang *update* sehingga mereka tidak ketinggalan zaman ketika berpakaian. Jadi *trend fashion* di sini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen Bu Lis Collections yang membeli secara kredit. Walaupun mereka menggunakan sistem pembayaran kredit dalam membeli pakaian juga mempertimbangkan *trend*.



**Gambar 4.1 Trend Gamis Dewasa**



**Gambar 4.2 *Trend Gamis Dewasa***



**Gambar 4.3 *Trend Daster Dewasa***

Hasil penelitian ini mendukung sejalan dengan hasil penelitian MD dan Achiria (2019) dimana variabel *trend fashion* berpengaruh signifikan terhadap minat beli namun dengan pembayaran secara tunai. Jadi *trend fashion* berpengaruh terhadap minat beli baik dengan pembayaran secara tunai maupun dengan pembayaran secara kredit.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y)

Setelah dilakukan uji terhadap variabel pendapatan keluarga dan variabel minat beli secara kredit melalui uji *rank spearman* dengan hasil yang menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel gaya hidup dengan minat beli secara kredit sebesar 0,374 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, maka keputusan atas  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat hubungan antara gaya hidup dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections, Sokaraja dengan tingkat korelasi cukup kuat antara Gaya Hidup (X2) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan arah yang positif sehingga menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi minat beli secara kredit karena dengan meningkatnya gaya hidup maka semakin meningkat juga apa yang dikenakan dan apa yang akan dibeli.

Kemudian pada uji regresi ordinal, menunjukkan bahwa pada hasil *parameter estimates*, menjelaskan pengaruh tiap-tiap koefisien regresi signifikan atau tidak, yaitu dengan ketentuan apabila pada kolom *sig.* memiliki nilai  $< 0,05$  berarti signifikan. Terlihat pada kolom *sig.* pada variabel pendapatan keluarga sebesar  $0,031 < 0,05$ , berarti variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections. Berdasarkan jawaban sebagian besar responden yang memiliki kebiasaan berbelanja pakaian sesuai *tend nya*, selalu memperhatikan gaya berpakaian, menggunakan media social sebagai penentu gaya berpakaian, selalu mengikuti perkembangan *fashion* yang sedang *update* di masyarakat, dan cenderung banyak mengeluarkan uang untuk membeli pakaian. Media social yang banyak digunakan responden yakni Facebook dan TikTok, dan dari situlah

mereka mengadaptasi pakaian yang dikenakan public figure atau *influncer* yang selalu lewat di media social mereka kemudian mereka menirunya untuk menunjang gaya hidup mereka dengan membeli pakaian. Secara tidak sadar media social dapat merubah gaya hidup mereka. Untuk menunjang gaya hidup, maka kaum ibu di Desa Klahang dan sekitarnya minat membeli secara kredit produk pakain di Bu Lis Collections. Jadi semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi juga minat beli secara kredit pada produk pakain di Bu Lis Collections.

Hasil penelitian ini mendukung sejalan dengan hasil penelitian Murniaty, *et al* (2021) dimana variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli namun dengan pembayaran secara tunai. Jadi gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli baik dengan pembayaran secara tunai maupun dengan pembayaran secara kredit.

4. Pengaruh Pendapatan Keluarga (X1), *Trend Fashion* (X2), dan Gaya hidup (X3) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y)

Nilai atau koefisien Konkordinasi Kendall's W adalah sebesar 0,228. Dengan nilai tersebut membuktikan bahwa terdapat korelasi antara Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections. Niali tersebut merupakan nilai yang positif dan mempunyai hubungan yang cukup kuat. Adapun nilai *Asymp.sig.* sebesar 0,000 yang berarti < 0,05 sehingga keputusan uji H0 ditolak dan H4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lakosono dan Iskandar (2018) yang menunjukkan hasil penelitian yait pendapatan dan gaya hisup berpengaruh secaa stimultan terhadap minat beli konsumen. Jadi pendapatan dan gaya hidup tetap

berpengaruh terhadap minat beli konsumen baik dengan pembayaran secara tunai ataupun secara kredit. Dengan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pendapatan keluarga, *trend fashion*, dan gaya hidup secara simultan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan dengan model analisis ordinal maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara Pendapatan Keluarga (X1) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y) pada Produk Pakaian studi kasus pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja.

Berdasarkan hasil uji korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa koefisien variabel Pendapatan Keluarga (X1) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) sebesar 0,327 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,001, dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $< 0,0$ , maka  $H_a$  diterima. Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara pendapatan keluarga dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections dengan arah yang positif dan searah. Kemudian pada uji regresi ordinal, menunjukkan bahwa kolom *sig.* pada variabel pendapatan keluarga sebesar  $0,38 < 0,05$ , berarti variabel pendapatan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

2. Terdapat pengaruh antara *Trend Fashion* (X2) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y) pada Produk Pakaian studi kasus pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja.

Berdasarkan hasil uji korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa koefisien variabel *Trend Fashion* (X2) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) sebesar 0,000, dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima. Oleh karena itu, maka keputusan atas  $H_2$  diterima, yang artinya terdapat hubungan antara *trend fashion* dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis



Collections, Sokaraja dengan tingkat korelasi cukup kuat antara *Trend Fashion* (X2) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan arah yang positif. Kemudian pada uji regresi ordinal menunjukkan bahwa pada kolom *sig.* memiliki nilai  $< 0,05$  berarti signifikan. Terlihat pada kolom *sig.* pada variabel *trend fashion* sebesar  $0,006 < 0,05$ , berarti variabel *trend fashion* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

3. Terdapat pengaruh antara Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y) pada Produk Pakaian studi kasus pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja.

Berdasarkan hasil uji korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa koefisien variabel Pendapatan Keluarga (X1) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) sebesar 0,374 dengan nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0,000, dengan demikian hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, maka keputusan atas  $H_3$  diterima, yang artinya terdapat hubungan antara gaya hidup dengan minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections, Sokaraja dengan tingkat korelasi cukup kuat antara Gaya Hidup (X2) dengan Minat Beli Secara Kredit (Y) dengan arah yang positif. Kemudian pada hasil uji regresi ordinal menunjukkan bahwa pada kolom *sig.* memiliki nilai  $< 0,05$  berarti signifikan. Terlihat pada kolom *sig.* pada variabel pendapatan keluarga sebesar  $0,031 < 0,05$ , berarti variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections.

4. Terdapat pengaruh antara Pendapatan Keluarga (X1), *Trend Fashion* (X2), dan Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli Secara Kredit (Y) pada Produk Pakaian studi kasus pada Konsumen Bu Lis Collections Sokaraja.

Berdasarkan hasil uji *Konkordinasi Kendall's W* adalah sebesar 0,228. Dengan nilai tersebut membuktikan bahwa terdapat korelasi antara Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat

Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections. Nilai tersebut merupakan nilai yang positif dan mempunyai hubungan yang cukup kuat. Adapun nilai *Asymp.sig.* sebesar 0,000 yang berarti  $< 0,05$  sehingga keputusan uji  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Pendapatan Keluarga, *Trend Fashion*, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian di Bu Lis Collections. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya yang terkait dengan penelitian ini. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. Bagi Bu Lis Collections

Bu Lis Collections untuk selalu memperhatikan dan mengikuti perkembangan *trend fashion* di Indonesia karena dalam penelitian ini faktor *trend fashion* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen secara kredit. Sehingga sebagai penjual harus selalu memperhatikan dan mengikuti *trend fashion* yang sedang berkebang atau sedang *update*.

### 2. Bagi Masyarakat yang Minat Membeli Secara Kredit

Konsumen Bu Lis Collections atau masyarakat yang tertarik membeli secara kedit untuk lebih cerdas dan bijak dalam minat beli secara kredit pada produk pakaian di Bu Lis Collections, untuk bisa mengukur kemampuan mereka dalam membayar angsuran yang telah disepakati dan untuk mempertimbangkan kembali dalam megikuti gaya hidup mereka. Gaya hidup sesuai dengan kemampuan saja.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan memiliki ide atau gagasan untuk melakukan sebuah penelitian. Dalam hal ini, peneliti menyarankan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli secara kredit seperti daya tarik, kemudahan, kepercayaan, dan lingkungan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, P. P., & Karmini, N. L. (2001). Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* .
- Alfedha, A. (2018). Implikasi Trend Fashion Bagi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. *Skripsi*.
- Alsabiyah, T., Hidayat, K., & Fanani, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 70 No. 1*.
- Baharudin, M., Istiyani, N., & Widjajanti, A. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Keluarga di Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Barnard, M. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Gunawan, G. T., & Sitinjak, T. (2018). Pengaruh Keterlibatan Fashion dan Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Implusif (Studi terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta) . *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 7 No. 2*.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*.
- Ilham, & Sultan, H. (2016). Jual Beli Kredit Ditinjau dari Perspektif Islam. *Yurisprudentia Vol. 2 No. 2* .
- Irwansyah, R., & dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Iskandar. (2017). Pengaruh Pendapatan terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika, Vol. 1 No. 2*, 128.
- Kamaluddin, & Muhajirin. (2018). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal AKAB JUARA*, 116.

- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Orgaik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Vol. 3 No. 2*, 163.
- Mahibbuddin. (2017). Kredit: Suatu Kajian Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Al-Mizan*.
- MD, U. W., & Achiria, S. (2019). Peran Trend dan Motif Hijrah terhadap Pembelian Busana Muslimah di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 1 No. 2*.
- Mualidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas. *e-Journal Vol. 10 No. 3*.
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 65.
- Murniaty, P., Saputri, D., Aprianti, Arisandi, D., Ikasanti, P. W., & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh Harga dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vol. 14 No. 1*.
- Nabila, A. (2022). *Ini Prediksi Trend Fashion SS 2023 Menurut Founder Fashion Divison, Seperti Apa?* parapuan.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Membeli Rumah di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation, Vol. 2 No. 2*.
- Nasution, A. M. (2016). Jual Beli Kredit Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam. *Yurisprudential Vol. 2 No. 2*.
- Noviarita, H., Kurniyawati, A., Ningsih, W. N., & Rosilawati, W. (2021). Anaisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7 No. 03*.
- Nugraheni, N. P., Istiatin, & Sarsono. (2020). Minat Beli Ulang Ditinjau dari Sikap, Gaya Hidup, dan Persepsi Kebermanfaatan (Studi Kasus Konsumen Luwes Gentan). *Edunomika, Vol. 04 No. 02*, 590.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*.

- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Ratnasari, W. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Barang Elektronik Kredit pada PT Columbus Megah Sentra Sarana Cabang Berau. *Jurnal Ekonomi STIEP*.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rizky NST, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 14 No. 02*, 141.
- Rumbiati, & Heriyana. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja Online. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 64.
- Sari, D. N., Fauzi, A., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh Trned Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 83.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Psikoborneo, Vol 8 No. 1*.
- Siyoto, S., & Sodikin, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sochimim. (2022, Juli Selasa). Pembelian Kredit dalam Islam. (S. N. Puspita, Interviewer)
- Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Taan, H. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Utami, A. B., Hamid, F. Z., & Mawarta. (2015). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat. *Epigram Vol. 12 No. 2*.
- Yunsepa, Y., Anwar, Y., & Triyudi, E. (2020). Pengaruh Harga Kopi terhadap Pendapatan Petani pada Distributor Al-Azaam di Kecamatan Sunai Are Kabupaten Oku Selatan. *KOLEGIAL Vol. 8 No.1*.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner Variabel Pendapatan Keluarga

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Jumlah pendapatan keluarga setiap bulan selalu mencukupi kebutuhan keluarga saya					
2	Ada beberapa anggota keluarga yang bekerja sehingga menambah pendapatan keluarga					
3	Jumlah tanggungan di keluarga saya cukup banyak					
4	Semakin tinggi tingkat pendapatan semakin tinggi juga konsumsi					
5	Ada bagian pendapatan yang digunakan untuk Pendidikan					
6	Selalu ada uang untuk memenuhi kebutuhan fashion					

#### Kuesioner Variabel *Trend Fashion*

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Fashion adalah hal terpenting dalam mendukung aktivitas seseorang					

2	Menggunakan produk pakaian dari Bu Lis Collections dapat mengekspresikan diri saya					
3	Fashion yang ditawarkan Bu Lis Collections kualitasnya bagus dan memiliki model bervariasi					
4	Ketika saya melihat seseorang mengenakan pakaian terbaru dan bagus, timbul keinginan untuk mengatakannya juga.					
5	Apabila menggunakan pakaian dengan <i>trend</i> terbaru akan menambah kepercayaan diri saya.					
6	Fashion yang ditawarkan Bu Lis Collections sesuai dengan yang sedang update					

#### Kuesioner Variabel Gaya Hidup

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memiliki kebiasaan berbelanja pakaian sesuai dengan <i>trend</i> nya					
2	Dalam segala kegiatan, saya selalu memperhatikan gaya berpakaian					
3	Media sosial berperan					



	dalam menentukan gaya berpakaian saya.					
4	Saya cenderung banyak mengeluarkan uang untuk membeli pakaian					
5	Saya sering membeli salah satu kebutuhan fashion secara spontanitas					
6	Saya selalu mengikuti perkembangan fashion di masyarakat agar tidak ketinggalan zaman					
7	Saya merasa senang Ketika melihat model-model pakaian terbaru di Bu Lis Collections					

#### Kuesioner Variabel Minat Beli Secara Kredit

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya selalu memperhatikan produk terbaru yang sering ditawarkan Bu Lis Collections.					
2	Saya tertarik membeli produk pakaian dan mereferensikan kepada teman untuk membeli pakaian di Bu Lis Collections dengan menggunakan pembayaran					

	kredit					
3	Saya memilih Bu Lis Collections untuk memenuhi kebutuhan <i>fashion</i>					
4	Saya selalu mencari informasi mengenai produk-produk terbaru yang ditawarkan Bu Lis Collections					
5	Saya melakukan pembelian terhadap suatu produk pakaian di Bu Lis Collections dengan cara kredit.					
6	Saya minat membeli produk pakaian tertentu secara kredit karena kebutuhan					
7	Saya merekomendasikan kepada teman untuk membeli pakaian secara kredit di Bu Lis Collections					
8	Di Bu Lis Collections selalu menyediakan pakaian yang <i>fashionable</i> dan sesuai permintaan konsumen dengan pembayaran secara kredit					

### Lampiran Data Responden

No.	Nama	Domisili	Jenis kelamin	Usia
1	Mamiati	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
2	Hadini	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
3	Karsem	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
4	Narti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
5	Adminah	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
6	Jumi	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
7	Fitri	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
8	Sopia	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
9	Dani	Luar Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
10	Supri	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
11	Darmi	Luar Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
12	Wiji	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
13	Yuni	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
14	Ni	Luar Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
15	Nani	Luar Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
16	Yni	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
17	Yanti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
18	Asih	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
19	Yunni	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
20	Rubi	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
21	Sawini	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
22	Kuswati	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
23	Sum	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
24	Rasmini	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
25	Yuyun	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
26	Yuni	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
27	Siti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
28	Indri	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
29	Melis	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
30	Sisum	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
31	Haryati	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
32	Tri	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
33	Neni	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
34	Warti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun

35	Sutur	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
36	Munji	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
37	Emi	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
38	Yuni	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
39	Suliyah	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
40	Wiwi	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
41	Fitri	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
42	Ratmi	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
43	Suli	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
44	Dati	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
45	Supri	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
46	Sumarsi	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
47	Nur	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
48	Ani	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
49	Yuyun	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
50	Sugi	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
51	Maryati	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
52	Petri	Desa Klahang	Perempuan	20-25 tahun
53	Ening	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
54	Aminah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
55	Hanifah	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
56	Parti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
57	Murni	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
58	Manisah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
59	Rudinah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
60	Yeni	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
61	Saonah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
62	Musriah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
63	Elsa	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
64	Rubi	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
65	Fitriani	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
66	Suginah	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
67	Timah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
68	Verawati	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
69	Sukiah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
70	Situ muin	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
71	Bu Rubiyah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
72	Suriyah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
73	Elisa	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
74	Suwarti	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun

75	Sawinah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
76	Sri	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
77	Ati	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
78	Painem	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
79	Sri dikwan	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
80	Ana riana	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
81	Pair	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
82	Sulis	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
83	Musonah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
84	Yani A	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
85	Susi	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
86	Suripah	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
87	Kety	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
88	Wati	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
89	Sisri	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
90	Suharti	Luar Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
91	Vikoh	Desa Klahang	Perempuan	31-35 tahun
92	Uci rahayu	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
93	Risem	Luar Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun
94	Yuni P	Desa Klahang	Perempuan	36-40 tahun
95	Aistin	Desa Klahang	Perempuan	20-25 tahun
96	Yayu s	Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
97	Aeni	Luar Desa Klahang	Perempuan	20-25 tahun
98	Atik	Luar Desa Klahang	Perempuan	26-30 tahun
99	Gita	Desa Klahang	Perempuan	20-25 tahun
100	Puji Umami	Desa Klahang	Perempuan	di atas 40 tahun

## Lampiran Data Kuesioner

### Variabel Pendapatan Keluarga (X1)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
5	4	4	4	5	4	26
4	4	2	5	5	2	22
2	2	3	4	4	2	17
5	2	4	4	2	4	21
2	2	2	2	4	2	14
4	4	4	4	4	4	24
5	2	4	4	4	4	23
4	2	4	4	2	4	20
4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	5	5	4	26
3	2	3	2	2	2	14
4	4	4	5	5	4	26
4	2	3	4	4	2	19
4	4	4	5	4	4	25
3	2	2	4	4	2	17
4	2	4	4	2	4	20
4	5	4	5	5	4	27
4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	4	4	2	22
5	4	4	5	5	4	27
5	5	5	5	3	4	27
4	4	4	4	2	4	22
3	2	2	2	4	1	14
4	4	4	4	2	4	22
4	4	4	4	2	4	22
3	2	3	2	2	2	14
3	2	2	2	2	2	13
2	2	3	3	2	2	14
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	4	2	3	19
4	2	2	4	4	2	18
4	5	4	4	4	3	24
4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	2	4	2	21
4	4	4	4	2	2	20
4	4	2	3	4	3	20
3	2	3	3	1	2	14
4	1	2	3	1	3	14

3	1	3	2	4	1	14
3	1	2	2	4	2	14
4	4	4	4	4	2	22
4	2	2	2	2	3	15
4	2	4	4	2	4	20
5	5	4	4	4	3	25
4	4	3	4	1	4	20
2	2	2	2	2	2	12
4	2	4	3	4	3	20
4	4	3	4	2	3	20
4	4	4	2	4	2	20
5	2	2	2	2	2	15
4	4	4	4	2	4	22
4	2	4	4	1	4	19
5	4	4	4	2	4	23
2	2	2	2	2	2	12
4	4	5	5	2	3	23
4	4	4	4	2	3	21
4	2	4	4	4	2	20
4	4	3	4	2	2	19
4	4	4	4	2	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	2	2	2	16
4	4	4	4	2	3	21
3	4	3	4	4	2	20
5	4	5	5	4	4	27
5	4	5	4	4	4	26
4	4	2	4	4	2	20
4	2	4	4	4	2	20
4	1	4	4	4	3	20
5	5	5	5	2	5	27
4	4	4	4	2	3	21
4	4	4	4	2	2	20
4	4	5	4	2	4	23
4	2	4	4	4	2	20
3	1	3	2	4	1	14
4	4	2	4	2	3	19
4	1	4	4	4	3	20
4	2	4	4	2	2	18
4	2	4	4	2	2	18
4	2	4	3	4	3	20
5	4	5	4	4	4	26
4	4	2	4	2	3	19

4	2	4	3	4	3	20
4	4	4	3	4	4	23
4	4	5	5	2	4	24
4	5	4	5	2	3	23
4	4	5	4	2	4	23
4	5	3	5	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	4	5	27
5	4	4	4	4	5	26
4	2	4	5	4	4	23
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	2	4	24
4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	2	4	4	5	4	23
5	5	4	5	5	3	27
4	5	4	5	4	3	25

**Variabel Trend Fashion (X2)**

T1	T2	T3	T4	T5	T6	TOTAL
5	4	5	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
3	2	3	2	1	3	14
4	4	4	4	4	5	25
3	2	4	4	2	4	19
4	4	4	2	2	4	20
4	3	4	2	4	3	20
3	2	3	2	2	2	14
4	2	4	4	2	4	20
4	4	5	4	4	4	25
4	2	4	2	3	4	19
5	4	5	4	4	4	26
5	4	4	4	4	4	25
5	2	4	4	3	5	23
5	4	5	4	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	4	5	26
4	2	4	2	4	5	21



4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	5	27
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	4	5	25
4	2	4	2	3	4	19
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	3	4	4	23
5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	5	4	5	26
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	5	25
3	2	3	2	2	2	14
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	2	4	4	3	4	21
4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	2	3	4	20
5	4	4	4	4	5	26
2	2	3	2	2	3	14
4	4	4	4	4	4	24
3	2	4	2	2	4	17
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	4	4	26
4	2	2	2	2	2	14
4	3	4	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	2	4	20
3	2	3	1	2	3	14
4	3	4	3	4	4	22
4	3	2	2	2	2	15

5	4	4	5	4	4	26
4	2	4	2	2	4	18
4	4	4	3	4	4	23
5	4	4	4	4	5	26
5	4	5	4	4	5	27
4	4	5	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	2	4	4	22
5	4	4	5	4	5	27
4	4	4	3	4	4	23
3	2	3	2	2	2	14
3	2	3	2	2	2	14
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	4	5	26
2	2	3	2	2	3	14
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	2	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	27
5	2	5	4	5	5	26
4	4	5	4	4	5	26
5	4	5	4	4	4	26
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	4	5	26
4	3	4	4	4	5	24
5	3	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	5	27
5	2	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	5	26
5	2	4	4	4	4	23
4	2	4	3	4	5	22
5	4	4	5	4	5	27
5	3	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
5	4	4	5	4	5	27
5	2	4	4	4	4	23
5	4	4	4	4	5	26
4	2	4	3	4	4	21

### Variabel Gaya Hidup (X3)

G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	TOTAL
4	5	4	4	4	5	5	31
5	5	5	3	5	3	5	31
2	4	2	2	2	2	2	16
4	4	2	3	2	4	4	23
4	4	4	2	2	4	4	24
4	4	2	3	4	4	4	25
5	5	5	4	4	5	4	32
2	3	2	2	2	3	2	16
5	5	4	4	4	5	3	30
5	5	4	4	4	5	4	31
2	3	2	2	3	2	2	16
2	4	4	4	4	4	4	26
4	4	4	3	2	2	4	23
2	4	5	4	4	3	2	24
4	5	4	4	3	4	4	28
4	4	4	3	3	4	2	24
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	2	3	2	4	5	24
2	4	2	2	2	3	4	19
4	5	5	4	4	5	4	31
4	4	2	4	3	4	3	24
5	5	5	4	4	5	4	32
5	5	4	4	4	5	5	32
2	4	2	3	2	4	5	22
2	3	2	2	2	2	2	15
2	3	2	2	2	3	2	16
4	4	2	3	3	4	5	25
4	5	4	4	4	5	4	30
4	4	4	2	2	4	4	24
2	4	2	2	2	2	4	18
5	4	5	4	4	5	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	5	4	32
4	4	3	2	2	2	4	21
4	4	2	4	2	4	4	24
2	2	2	2	2	2	4	16
4	4	2	3	2	4	4	23
4	5	4	4	4	4	4	29



5	4	5	4	4	5	4	31
4	4	2	2	2	4	4	22
5	4	4	4	4	4	4	29
2	2	2	2	2	3	4	17
4	5	4	3	4	4	4	28
4	4	4	3	2	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	4	4	27
4	4	4	4	4	5	4	29
5	4	5	4	4	5	3	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	3	2	2	4	3	22
5	5	4	4	4	5	4	31
5	5	4	4	4	5	5	32
5	4	4	4	3	4	4	28
5	4	5	5	3	4	4	30
4	4	5	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	2	2	2	4	4	22

### Variabel Minat Beli Secara Kredit (Y)

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	TOTAL
4	5	4	4	5	5	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	3	2	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	5	2	2	4	4	4	4	27
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	5	5	4	5	36
2	4	2	2	4	4	4	5	27
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	4	3	2	4	4	4	4	27
4	5	2	2	2	4	5	4	28
4	4	4	4	4	5	4	5	34
4	4	3	4	4	4	4	5	32

4	4	4	2	2	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	3	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	2	2	4	5	4	4	29
4	4	4	5	5	4	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	3	4	4	5	5	5	35
2	5	2	2	4	4	4	4	27
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	5	2	4	4	5	5	5	32
1	3	2	2	2	3	3	3	19
1	3	1	2	2	2	4	3	18
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	4	4	5	4	5	35
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	4	2	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	4	4	5	34
1	3	2	2	2	2	4	3	19
2	4	2	4	4	2	4	4	26
5	5	4	4	4	4	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	3	4	5	4	5	33
2	4	2	2	2	2	4	2	20
4	5	4	4	4	5	4	4	34
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	2	2	2	5	5	5	27
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	2	2	4	5	5	5	31

4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	4	2	2	4	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	5	4	4	33
2	4	2	2	4	4	5	5	28
2	4	2	2	4	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	5	5	5	5	37
4	5	2	2	4	5	5	5	32
1	4	1	1	2	4	3	3	19
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	4	2	2	2	4	4	5	25
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	2	2	2	2	2	4	4	20
4	4	4	3	4	5	4	5	33
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	5	2	2	2	5	5	5	28
2	5	2	2	2	5	5	5	28
4	5	4	4	4	5	5	5	36
2	5	5	5	5	5	5	5	37
1	3	1	1	2	3	4	4	19
2	5	2	2	2	5	5	5	28
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	4	5	5	5	36

2	4	2	2	4	5	4	5	28
4	5	3	4	5	5	5	5	36
4	5	4	4	5	5	5	5	37
2	4	2	2	2	2	2	2	18





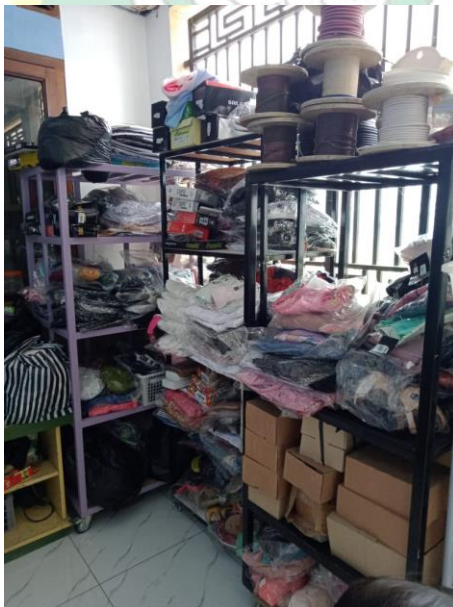
## Lampiran Dokumentasi



**Toko Bu Lis Collections Sokaraja**



**Foto bersama Bu Lis**



**Persediaan produk Bu Lis Collections yang ada di rumah**



Contoh Produk dari Bu Lis Collections



**Contoh konsumen sedang memlih produk yang akan dibeli**



**Wawancara dengan konsumen Bu Lis**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 22/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/01/2022 Purwokerto, 04 Januari 2022  
Lampiran : 1 lembar  
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:  
Yth. Sofia Yustiani S, M.Si.  
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 03 Januari 2022 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 03 Januari 2022 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Synta Nur Puspita  
NIM : 1817201248  
Semester : VII  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan Keluarga, Trend Fashion, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alikum Wr. Wb.*



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT PERNYATAAN  
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 22/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/01/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Synta Nur Puspita NIM 1817201248

Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan Keluarga, Trend Fashion, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia \*) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 04 Januari 2022

Sofia Yustiani S, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

*Catatan: \*Coret yang tidak perlu*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 2832/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Synta Nur Puspita  
NIM : 1817201248  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing : Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.S  
Judul : Pengaruh Pendapatan Keluarga, Trend Fashion, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Secara Kredit pada Produk Pakaian (Studi Pada Konsumen Bu Lis Collections)

Pada tanggal 29/08/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 31 Agustus 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hiliyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF**

Nama : Synta Nur Puspita  
NIM : 1817201248  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tanggal Ujian : Rabu, 29 Juni 2022  
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	15,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	22,8
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	38
<b>TOTAL NILAI</b>		0 - 100	<b>76 / B+</b>

Penguji I,



Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.

Purwokerto, 29/06/2022

Penguji II,



Mahardhika Cipta Raharja, SE., M.S



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
Website: <http://lib.uinsaizu.ac.id>, Email: [lib@uinsaizu.ac.id](mailto:lib@uinsaizu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN SUMBANGAN BUKU**

Nomor : B-4000/Un.19/K.Pus/PP.08.1/11/2022

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : SYNTA NUR PUSPITA  
NIM : 1817201248  
Program : SARJANA / S1  
Fakultas/Prodi : FEBI / ES

Telah menyumbangkan buku ke Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul dan penerbit ditentukan oleh perpustakaan. Sumbangan buku tersebut dilakukan secara kolektif atau gabungan dengan menitipkan uang sebesar :

**Rp 40.000,00 (Empat Puluh Ribu Rupiah)**

Uang terkumpul dibelanjakan buku yang kemudian buku hasil pembeliannya diserahkan secara sukarela sebagai koleksi perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk menjadi maklum dan dapat digunakan seperlunya.

Purwokerto, 8 November 2022  
Kepala,  
  
Aris Nurohman





KEMENTERIAN AGAMA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id

# SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/010/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**SYNTA NUR PUSPITA**  
**1817201248**

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	76
2. Tartil	75
3. Tahfidz	70
4. Imla'	80
5. Praktek	70

NO. SERI: MAJ-2018-MB-131

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 10 Oktober 2018

Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

  
 Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I  
 NIP. 19570521 198503 1 002



وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو  
الوحدة لتنمية اللغة

www.iaipurwokerto.ac.id ٦٣٥٦٦٤ - ٠٢٨١ هاتف ٥٢١٢٦ بوروكرتو رقم: ٤٠ شارع جنترال احمد باتي رقم: ٤٠ بوروكرتو

## الشهادة

الرقم: ان.١٧/١٧.٠٠٩/Bhs.UPT/١٠٩٥٠/٢٠٢١

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن :

الاسم : صنتا نور بوسيتا

رقم القيد : ١٨١٧٢٠١٢٤٨

القسم : ESY

قد استحققت على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع مهاراتها على  
المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة  
 لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

النتيجة : ٤٨٠ (ممتاز)



بوروكرتو، ٢٠ مايو  
رئيس الوحدة لتنمية اللغة

الحاج أحمد سعيد، الماجستير  
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١٢١٠٠١



ValidationCode



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS**  
**INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, [www.ainpurwokerto.ac.id](http://www.ainpurwokerto.ac.id)

## CERTIFICATE

*Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10950/2021*

This is to certify that :

Name : **SYNTA NUR PUSPITA**  
 Student Number : **1817201248**  
 Study Program : **ESY**

Has completed an English Language Course in  
 Intermediete level organized by Language  
 Development Unit with result as follows:



**SCORE : 509      GRADE: EXCELLENT**



ValidationCode

Purwokerto, May 20th, 2021  
 Head of Language Development Unit,




**H. A. Sangid, B.Ed., M.A.**  
 NIP: 19700617 200112 1 001

# SERTIFIKAT

## APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



**IAIN PURWOKERTO**

No. IN.17/UPT-TIPD/4628/IX/2019

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
66-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:


**SYNTA NUR PUSPITA**  
**NIM: 1817201248**


Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 27 Februari 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto pada tanggal 26-06-2019.


**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	85 / A-
Microsoft Excel	95 / A
Microsoft Power Point	80 / B+





Purwokerto, 17 September 2019  
 Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
 NIP. 19801215 200501 1 003





KEMENTERIAN AGAMA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.lainpurwokerto.ac.id

## Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Synta Nur Puspita  
NIM : 1817201248

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

### Home Industri Continental Furniture Tanjung, Purwokerto Selatan

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.  
Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

Mengetahui,  
Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



**H. Sochimir/Lc., M.Si**  
NIP. 19691009 200312 1 001



# Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
menyatakan bahwa :

Nama : SYNTA NUR PUSPITA  
NIM : 1817201248  
Fakultas/Prodi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / ESY

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun  
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **89 (A)**



Purwokerto, 30 Mei 2022

Ketua,

Dr. H. Ansori, M.Ag.

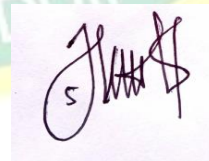
NIP. 19650407 199203 1 004

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Synta Nur Puspita
2. NIM : 1817201248
3. Program Studi : Ekonomi Syariah
4. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 27 Februari 2000
5. Alamat : Klahang RT 02 RW 05, Sokaraja, Banyumas
6. E-mail : puspita.synta27@gmail.com
7. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : Miskun
  - b. Ibu : Mamiati
8. Pendidikan Formal
  - a. SD : SD Negeri 2 Klahang
  - b. SMP : SMP Negeri 1 Sokaraja
  - c. SMK : SMK Negeri 1 Purbalingga
  - d. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 07 November 2022



Synta Nur Puspita

NIM. 1817201248