ABSTRAK

Nabila Ghina Yumna, 2025. *Pengaruh Gaya Hidup, Design, Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim Di Toko Al-Zahra Kelayan A Kota Banjarmasin,* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pembimbing: Fithriana Syarqawie, Dra, M.HI

Kata Kunci: Gaya Hidup, Desain, Islamic Branding, keputusan Pembelian Pakaian Muslim.

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap busana muslim menunjukkan adanya pergeseran dalam pola konsumsi, tidak hanya dari segi nilai religius, tetapi juga tampilan desain dan kecocokan dengan gaya hidup modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, desain, dan Islamic branding terhadap keputusan pembelian pakaian muslim di Toko Al-Zahra Kelayan A Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 80 responden yang merupakan pelanggan aktif. Instrumen penelitian berupa kuesioner, dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan Fhitung sebesar 14,248 > Ftabel 2,72, yang berarti bahwa gaya hidup, desain, dan Islamic branding secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, desain memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai thitung sebesar 3,625 dan signifikansi 0,001. Variabel gaya hidup dan Islamic branding juga menunjukkan pengaruh signifikan, masing-masing dengan thitung 2,571 (p = 0,012) dan 2,249 (p = 0,027). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,356 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 35,6% variabilitas keputusan pembelian. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor visual (desain), nilai-nilai religius dalam branding, serta gaya hidup konsumen berperan penting dalam keputusan membeli produk pakaian muslim, khususnya di kalangan masyarakat urban muslim.