

ABSTRAK

Nisa' Mahmudah. NIM: 1420210323. Pengaruh Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Elzatta Kudus, Studi Kasus pada Konsumen Elzatta Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah (ES). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus 2019.

Tujuan penelitian ini adalah : *pertama*, untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus, *kedua*, untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pembelian produk Elzatta Kudus, *ketiga*, untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan Jenis penelitian *field research*, yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan angket yang disebarakan secara langsung pada 86 responden pada konsumen Outlet Elzatta Kudus. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental, yaitu siapapun yang bertemu dengan peneliti apabila dianggap sesuai kriteria untuk dijadikan sebagai sumber data. Terkait pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan metode analisis linier berganda, uji R^2 , uji t, uji F. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik melalui program olah data SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus, berdasarkan perhitungan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($4,441 > 1,988$) seta nilai signifikan sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. *Kedua*, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus, berdasarkan perhitungan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($4,357 > 1,988$) seta nilai signifikan sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. *Ketiga*, religiusitas dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus dengan nilai F_{hitung} lebih besar dibandingkan F_{tabel} sebesar ($40,595 > 3,107$). Besarnya pengaruh tersebut diketahui dari *Adjusted R Square* sebesar 0,482 yang berarti terdapat pengaruh sebesar 48,2% antara religiusitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus. Kesimpulannya adalah religiusitas dan gaya hidup berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk Elzatta Kudus. Semakin religiusitas dan gaya hidup meningkat satu-satuannya, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Religiusitas, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian*