

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui Pengaruh Harga, *Trend* Mode Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang). Dengan penarikan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 108 responden sesuai rumus *Hairs* yang digunakan. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut Usia, produk pakaian muslimah dan Fakultas. Salah satu tujuan dari pengelompokkan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian.

##### 1. Data Responden berdasarkan Usia

**Tabel 4.1**  
**Data Responden berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
18 tahun	35	32,41
19 tahun	67	62,04
20 tahun	6	5,56
Jumlah	108	100

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui data responden menurut usia menjelaskan bahwa responden yang berusia 18 tahun berjumlah 25 responden, usia 19 tahun berjumlah 13 responden dan usia 20 berjumlah 4 responden. Dari perbandingan persentase responden berdasarkan usia, maka disimpulkan bahwa rata-rata konsumen berminat membeli didominasi usia 19 tahun.

##### 2. Data Responden berdasarkan Jenis Pakaian Muslimah

**Tabel 4.2**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Pakaian Muslimah**

Jenis pakaian	Jumlah	Persentase
Gamis	13	12,0
Tunik	45	41,7
Blus	36	33,3
Long Vest	14	13,0
Jumlah	108	100

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jenis pakaian muslimah yang diminati oleh mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang pengguna shopee didominasi oleh jenis pakaian model tunik.

### 3. Data Responden berdasarkan Fakultas

**Tabel 4.3**  
**Data Responden Berdasarkan Fakultas**

Pendapatan	Jumlah	persentase
Febi	33	30,6
Psikologi	12	11,1
Syariah	15	13,9
Adab dan Humaniora	9	8,3
FISIP	2	1,9
Tarbiyah dan Keguruan	17	15,7
Saintek	8	7,4
Dakwah dan Komunikasi	7	6,5
Ushuluddin	5	4,6
Total	108	100,0

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini paling banyak diisi oleh yang mahasiwi fakultas FEBI.

## B. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (*konstruk*) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel<sup>1</sup>. Item kuesioner dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan membandingkan

nilai r tabel untuk *degree of freedom (df) = n-2*, dengan alpha 0,05. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 108, maka  $(df) = 108-2 = 106$ , dengan tingkat signifikan 5%, r tabel pada penelitian ini adalah 0,1891.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (rhitung)	r tabel ( $\alpha = 5\%$ )	Keterangan
1.	Harga	X1.1	0,815	0,1891	Valid
		X1.2	0,774	0,1891	Valid
		X1.3	0,828	0,1891	Valid
		X1.4	0,860	0,1891	Valid
		X1.5	0,672	0,1891	Valid
		X1.6	0,701	0,1891	Valid
		X1.7	0,725	0,1891	Valid
		X1.8	0,770	0,1891	Valid
		X1.9	0,580	0,1891	Valid
2.	Trend	X2.1	0,607	0,1891	Valid
		X2.2	0,629	0,1891	Valid
		X2.3	0,792	0,1891	Valid
		X2.4	0,637	0,1891	Valid
		X2.5	0,803	0,1891	Valid
		X2.6	0,856	0,1891	Valid
3.	Kualitas Produk	X3.1	0,655	0,1891	Valid
		X3.2	0,516	0,1891	Valid
		X3.3	0,594	0,1891	Valid
		X3.4	0,702	0,1891	Valid
		X3.5	0,681	0,1891	Valid
		X3.6	0,769	0,1891	Valid
		X3.7	0,730	0,1891	Valid
		X3.8	0,661	0,1891	Valid
		X3.9	0,515	0,1891	Valid
4	Minat Beli	Y1.1	0,723	0,1891	Valid
		Y1.2	0,698	0,1891	Valid
		Y1.3	0,792	0,1891	Valid
		Y1.4	0,705	0,1891	Valid
		Y1.5	0,772	0,1891	Valid
		Y1.6	0,863	0,1891	Valid
		Y1.7	0,714	0,1891	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan setiap variabel setelah menghapus pernyataan yang tidak valid memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,1891 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid.

## **2. Uji Reliabilitas**

Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien Alpha ( $\alpha$ ) dari *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk pengukuran setiap variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Nilai Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Harga(X1)	0,900	0,60	Reliabel
<i>Trend</i> (X2)	0,819	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,825	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,872	0,60	Reliabel

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji reliabilitas pada tabel 4.6 di atas diketahui bahwa dari masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60, dengan demikian variabel Harga, *Trend*, kualitas Produk dan Minat Beli dapat dikatakan reliabel.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Hal itu dapat dilihat dari uji *Kolmogorov – Smirnov* (K-S) yaitu data berdistribusi normal jika nilai sig > 0,05. Sedangkan jika nilai sig < 0,05 artinya data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	,44093143
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,073
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada nilai signifikan sebesar  $0,059 > 0,05$ . Artinya nilai residual berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF berada dibawah 10,00 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,100.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,049	,570		3,594	,000		
	Harga	-,264	,077	-,266	-3,436	,001	,942	1,062
	Tren	,469	,078	,460	6,026	,000	,966	1,035
	Kualitas produk	,248	,085	,231	2,933	,004	,911	1,098

a. Dependent Variable: minat\_beli

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) seluruh variabel independen  $< 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Glejser*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala *Heteroskedastisitas*, yang artinya varians dari residual harus konstan dengan melihat nilai *sig.*  $> 0,05$ .

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,019	,311		,062	,950
	Harga	,042	,042	,100	1,007	,316
	Tren	-,044	,042	-,102	-1,041	,300
	Kualitas produk	,087	,046	,190	1,886	,062

a. Dependent Variable: absres

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa sig. Harga, Tren Mode dan Religiusitas > 0,05 maka berdasarkan uji Heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser*, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang merupakan analisis yang mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,049	,570		3,594	,000		
	Harga	-,264	,077	-,266	-3,436	,001	,942	1,062
	Tren	,469	,078	,460	6,026	,000	,966	1,035
	Kualitas produk	,248	,085	,231	2,933	,004	,911	1,098

a. Dependent Variable: minat\_beli

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diperoleh persamaan regresi dengan bantuan SPSS 26 sebagai berikut :

$$Y = a - b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,049 - 0,264X_1 + 0,469X_2 + 0,248X_3$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = *Trend*

X<sub>3</sub> = Kualitas produk

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Variabel Harga

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Variabel Tren Mode

b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi Variabel Religiusitas

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 2,049 artinya jika variabel Harga (X<sub>1</sub>), Tren Mode (X<sub>2</sub>), kualitas produk (X<sub>3</sub>) sebesar 0, maka Minat Beli (Y) nilainya adalah 2,049.
- b. Koefisien regresi variabel Harga (X<sub>1</sub>) sebesar -0,264, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan setiap penambahan satu satuan skor Harga maka Minat Beli (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,264.
- c. Koefisien regresi variabel *Trend* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,469, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan setiap penambahan satu satuan skor Tren Mode maka Minat Beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,469.
- d. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X<sub>3</sub>) sebesar 0,248, artinya jika

variabel independen lainnya tetap dan setiap penambahan satu satuan skor kualitas produk maka Minat Beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,248.

### **3. Uji Hipotesis**

#### **a. Uji t (parsial)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya secara parsial Variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel dependen. Diketahui (df)  $n-k-1$  atau  $108-3-1=104$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,983.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant )	2,049	,570		3,594	,000		
	Harga	-,264	,077	-,266	-3,436	,001	,942	1,062
	Tren	,469	,078	,460	6,026	,000	,966	1,035
	Kualitas produk	,248	,085	,231	2,933	,004	,911	1,098

a. Dependent Variable: minat\_beli

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.10, maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel Harga, Tren Mode dan Religiusitas terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang) sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel Harga (X1) terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang). Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Harga (X1) sebesar -3,436 hal ini berarti  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-3,436 < -1,983$ ) dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka Hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang) diterima.
- 2) Pengaruh variabel *Trend* (X2) terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang). Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Tren Mode (X2) sebesar 6,026 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,026 >$

1,983) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis yang menyatakan Tren Mode berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang) diterima.

3) Pengaruh variabel Kualitas produk (X3) terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang). Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Religiusitas (X3) sebesar 2,933 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,933 > 1,983$ ) dengan signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Maka Hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang) diterima.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya antara variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Diketahui:  $df_1$  (jumlah variabel-1) = 3,  $df_2$  (n-k-1) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen) atau  $108-3-1 = 104$ ,  $df$  (3,104), diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,69.

**Tabel 4.11**

#### Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,669	3	4,890	24,445	,000 <sup>b</sup>

Residual	20,803	104	,200		
Total	35,472	107			

- a. Dependent Variable: minat\_beli  
b. Predictors: (Constant), kualitas produk, tren, Harga  
Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan tabel 4.11, diperoleh nilai  $F_{hitung} 24,445 > F_{tabel} 2,69$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa Harga, Tren Mode dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli.

**c. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)**

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Uji determinasi ini dapat dilihat melalui tabel Model Summary dengan bantuan SPSS 26.

**Tabel 4.12**  
**Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 <sup>a</sup>	,414	,397	,44725

- a. Predictors: (Constant), kualitas produk, tren, Harga  
b. Dependent Variable: minat\_beli  
Sumber : Diolah menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan tabel 4.12, pada kolom *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Harga, Tren Mode dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (Minat Beli) sebesar 0,397. Atau variansvariabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan 39,7% variansvariabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 60,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)

Berdasarkan hasil uji data antara variabel Harga (X1),  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-3,436 < -1,983$ ) dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang).

Hal ini artinya Harga mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli Pakaian Muslimah pada Aplikasi Shopee Harga merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pemilik bisnis dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibanding dengan pesaing lainnya. Selain itu Harga juga dijadikan pertimbangan untuk para konsumen membeli suatu produk atau jasa. Apabila semakin tinggi harga jual suatu produk atau jasa maka semakin sedikit rendah pula minat beli konsumen pada usaha tersebut.<sup>2</sup>

Harga jual pada Pakaian muslimah memang cukup terjangkau dan sesuai dengan harga di pasaran. Hal ini bisa menjadi pertimbangan juga untuk para konsumen untuk membeli suatu produk, karena pada dasarnya apabila konsumen akan membeli suatu produk yang diinginkan maka harga menjadi hal utama apabila selisih antara pesaing terlalu jauh terlebih bagi mahasiswi untuk membeli sesuatu yang diinginkan tentunya melihat harga yang ditawarkan sesuai dengan *budget* yang dimiliki.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Arrahma Elian tania, dkk<sup>3</sup>

---

2 Arrahma Elian Tania, dkk, *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*, PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1, 2022

3 Putri Mayang Sari, " *Pengaruh Budaya, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Depok)*", Skripsi (Jakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018)

yang menyatakan terdapat pengaruh antara Harga terhadap Minat Beli.

## **2. Pengaruh *Trend* terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)**

Berdasarkan hasil uji data variabel Tren Mode (X<sub>2</sub>), diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Tren Mode (X<sub>2</sub>) sebesar 6,026, hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,026 > 1,983$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Tren Mode berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang).

Hal ini karena sebagai kaum muda tentunya tidak mau ketinggalan kabar maupun informasi tren dalam berpakaian. Apalagi bagi mereka yang menggemari berpakaian *muslimah* tentu ingin lebih banyak mengetahui berbagai macam model terbaru pakaian *muslimah*. Sehingga tren menjadi salah satu faktor yang berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli pakaian *muslimah*. Pakaian muslimah juga bisa mengikuti zaman dan perkembangannya tanpa harus melepaskan hakikatnya sebagai bagian dari syariat agama. Bagi Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang menggunakan pakaian muslimah seperti sebuah kebanggaan menjadi seorang Muslimah dan menunjukkan eksistensinya mereka di tengah zaman modern. Dapat dikatakan, untuk berpenampilan agamis tetapi terlihat modis sebagai kaum muda yang berada di Palembang bisa diterapkan dengan berpenampilan bagus dan sesuai perkembangan zaman yaitu dengan menggunakan pakaian muslimah. Karena sekarang banyak merk pakaian yang menawarkan jenis pakaian muslimah dengan harga yang cukup terjangkau.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Rudi Sojali dkk (2021)<sup>4</sup> yang menyatakan Tren Mode berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli

---

<sup>4</sup> Rudi Sojali dkk, *Pengaruh Trend Hijab Terhadap Minat Beli Kaum Wanita Muslimah*, Media Mahardhika Vol. 19 No. 3 Mei 2021

### 3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)

Berdasarkan hasil uji data variabel Kualitas Produk (X3), diperoleh bahwa nilai  $t$  hitung untuk Variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 2,933 hal ini berarti  $t$  hitung  $> t_{tabel}$  ( $2,933 > 1,983$ ) dengan signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang).

Hal ini dapat disebabkan karena keadaan sebuah produk yang berfungsi untuk memuaskan konsumen, kualitas produk yang bagus tentunya akan memunculkan minat konsumen dalam melakukan tindakan pembelian, dalam hal ini Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang juga dalam membeli pakaian muslimah di Aplikasi Shopee mempertimbangkan kualitas produk yang ada pada aplikasi shopee karena tentunya konsumen tidak ingin mendapatkan kualitas produk yang buruk yang bisa menyebabkan kerugian pada konsumen dan konsumen berminat karena adanya jaminan yang diberikan oleh shopee terhadap produk yang dijual oleh shopee sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk pakaian muslimah di shopee, ditambah lagi sejalan dengan *theory planned of behavior*, yang menyatakan seorang konsumen akan berminat membeli suatu produk karena adanya niat serta kepercayaan dari konsumen tersebut sehingga konsumen memiliki keyakinan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rini Kartika sari dan Nanik Hariyana (2019)<sup>5</sup> dan penelitian dari Ipan Hilmawan (2019)<sup>6</sup> yang menyatakan

---

5 Rini Kartika Sari dan Nanik Hariyana, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian ulang dan Kepuasan Pelanggan online shopping pada remaja Di Situbondo, Jurnal Bisnis dan manajemen, Vol. 6 No. 2. 2019.

6 Ipan Hilmawan, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang), Jurnal Elektronik, Vol. 3 No. 3, Oktober 2019

kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.