

**PENGARUH RELIGIUSITAS, *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP  
MINAT BELI DI *FASHION ETHICA* PONOROGO DENGAN SIKAP  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PONOROGO**

**2025**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT BELI DI  
*FASHION ETHICA* PONOROGO DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai  
syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nurrika Tiara Safitri

NIM : 21415424

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Religiusitas, *Social Influence* Terhadap Minat Beli di  
*Fashion Ethica* Ponorogo Dengan Sikap Sebagai Variabel  
Mediasi  
Nama Mahasiswa : Nurrika Tiara Safitri  
NIM : 21415424  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 23 Januari 2003  
Program Studi : Manajemen

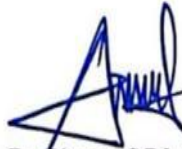
Isi dan format telah disetujui dan  
dinyatakan Memenuhi syarat untuk  
diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana  
Program Strata Satu (S-1) pada Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Fery Setiawan SE., MM  
NUPTK.155276766813043

Ponorogo, 11 Juli 2025  
Pembimbing II



Dr. Riawan, S.Pd., M.M  
NUPTK. 537763664131113

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si  
NIR. 19701016 199904 12

Penguji I



Fery Setiawan, SE., MM  
NUPTK.155276766813043

Penguji II



La Ode Sugianto, S.Pd., M.M.  
NUPTK. 5962763664130202

Penguji III



Diana Pramudya Wardhani, S.E., MM.  
NUPTK. 0741761662230202

## RINGKASAN

**Nurrika Tiara Safitri, NIM 21415424, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : “Pengaruh Religiusitas, *Social Influence* Terhadap Minat Beli Di *Fashion Ethica* Ponorogo Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi Pengaruh Religiusitas Dan *Social Influence* Terhadap Minat Beli Di *Fashion ethica* Ponorogo Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari para pelanggan *Fashion ethica* yang berada di Kota Ponorogo. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Penggunaan *Accidental Sampling* dalam penelitian ini disebabkan oleh ketidakpastian mengenai jumlah individu yang telah melakukan pembelian produk *ethica* di Kota Ponorogo. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan memanfaatkan software *Smart PLS version 4.1*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap. Selain itu, *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Sikap berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli, dan Sikap dapat berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh *Social Influence* terhadap Minat Beli *Fashion ethica* di Kota Ponorogo.

**Kata Kunci : Religiusitas, *Social Influence*, Minat Beli, Sikap**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Religiusitas, Social Influence Terhadap Minat Beli Di Fashion Ethica Ponorogo Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi**”. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh nilai islam seperti saat ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini, terdapat banyak kesulitan yang dihadapi. Namun berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih tulus dan penuh hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Rido Kurnianto SE., M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Dr. Slamet Santoso, SE., M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Dr. Riawan, S.Pd., M.M Selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Bapak Ferry Setiawan, SE,MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Setyo Adjie, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa dalam membimbing peneliti dan memberi arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara.
7. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.
8. Ayah Sandono dan Ibu Siti Zulaikah S.Pd selaku orang tua saya tercinta dan keluarga yang telah memberikan cinta, doa, dukungan tanpa batas yang telah diberikan sejak penulis lahir sampai dengan sekarang serta telah mengorbankan waktu, tenaga, dan uang untuk

membiayai Pendidikan saya dari awal TK,SD,MTS,MA UNGGULAN, sampai dengan Perguruan Tinggi.

9. Budi Utomo selaku suami saya yang telah kebersamai penulis yang telah memberi support, dorongan motivasi dan juga semangat yang tiada henti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
10. Untuk calon buah hati saya yang sudah setia mendampingi perjuangan ini. Dalam tiap lembar skripsi, ada degupmu yang menguatkan. Terimakasih sudah kuat kebersamai peneliti hingga skripsi ini usai. Sehat selalu ya Nak, Minta maaf kalau sering diajak begadang.
11. Seluruh teman – teman penulis di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2021 yang tidak dapat saya sebutkan Namanya satu persatu. Terimakasih atas pertemuan selama ini.
12. Kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari mengharap skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap segala bentuk saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tulisan ini bisa memberikan manfaat dan memperluas wawasan bagi peneliti serta pembaca. Sebagai penutup, dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Ponorogo, 11 Juli 2025

Peneliti,



Nurrika Tiara Safitri

### PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 11 Juli 2025



Nurrika Tiara Safitri

NIM. 21415424

## MOTTO

*"Ilmu ini kutuntaskan bukan hanya untuk gelar, tapi untuk masa depan yang kini tengah bernafas dalam rahimku."*

- **Nurrika Tiara Safitri** -

*"Barang siapa bersungguh – sungguh, maka ia akan berhasil."*

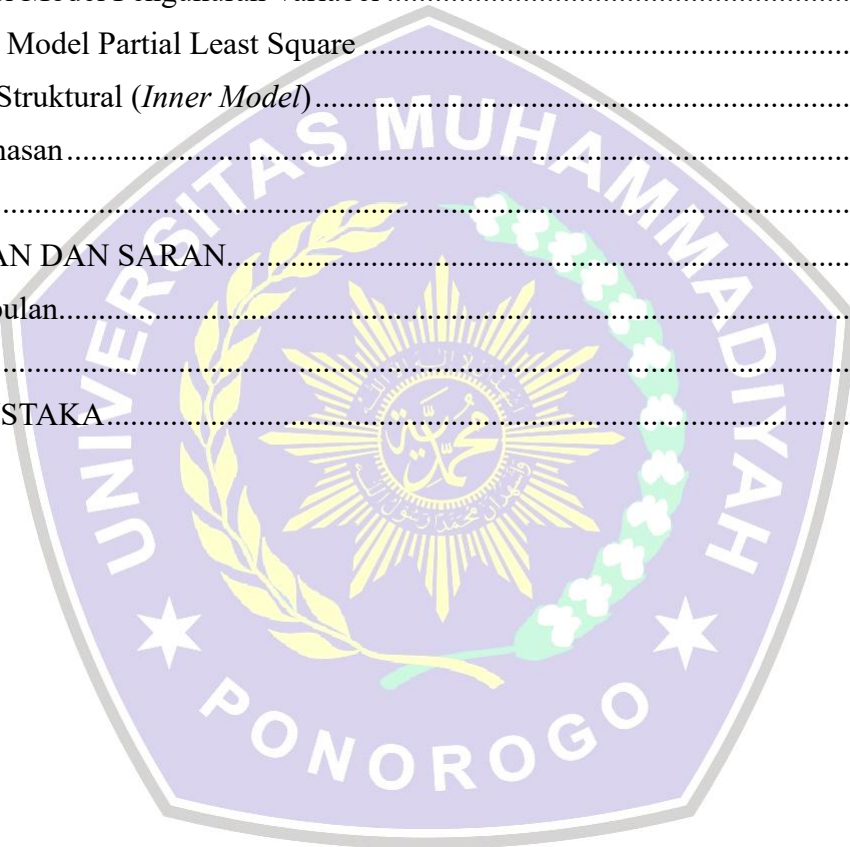
- **Ali bin Abi Thalib** -



## DAFTAR ISI

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| KATA PENGANTAR .....                       | iii |
| MOTTO .....                                | vi  |
| DAFTAR ISI .....                           | vii |
| DAFTAR TABEL .....                         | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                        | x   |
| BAB I .....                                | 1   |
| PENDAHULUAN .....                          | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....           | 1   |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                | 10  |
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....    | 11  |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....             | 12  |
| BAB II .....                               | 14  |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                     | 14  |
| 2.1 Landasan Teori .....                   | 14  |
| 2.1.1 Manajemen .....                      | 14  |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....            | 15  |
| 2.1.3 Marketing Mix/Bauran Pemasaran ..... | 17  |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen .....              | 19  |
| 2.1.5 Minat Beli .....                     | 21  |
| 2.1.6 Sikap .....                          | 23  |
| 2.1.7 Religiusitas .....                   | 26  |
| 2.1.8 Social Influence .....               | 31  |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....             | 33  |
| 2.3 Kerangka Berpikir .....                | 37  |
| 2.4 Hipotesis .....                        | 38  |
| BAB III .....                              | 44  |
| METODE PENELITIAN .....                    | 44  |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....         | 44  |
| 3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian .....   | 44  |
| 3.3 Jenis Data Penelitian .....            | 46  |
| 3.4 Metode Pengambilan Data .....          | 46  |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel .....    | 47  |
| 3.6 Metode Analisis Data .....             | 51  |

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 3.6.1 Teknik Analisis Data.....                                      | 51 |
| 3.6.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                  | 51 |
| 3.6.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                  | 53 |
| 3.6.4 Analisis Direct Effect (Pengaruh langsung) .....               | 54 |
| 3.6.5 Analisis <i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)..... | 55 |
| 3.6.6 Pengujian Hipotesis .....                                      | 55 |
| BAB IV .....                                                         | 58 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                            | 58 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                           | 58 |
| 4.2 Evaluasi Model Pengukuran Variabel .....                         | 69 |
| 4.3 Skema Model Partial Least Square .....                           | 71 |
| 4.4 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....                     | 75 |
| 4.6 Pembahasan.....                                                  | 80 |
| BAB V .....                                                          | 90 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....                                            | 90 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                  | 90 |
| 5.2 Saran.....                                                       | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                  | 93 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                       | 33 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert .....                                              | 46 |
| Tabel 4. 1 Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....             | 60 |
| Tabel 4. 2 Frekuensi Responden berdasarkan Usia .....                      | 61 |
| Tabel 4. 3 Frekuensi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....       | 61 |
| Tabel 4. 4 Frekuensi Responden berdasarkan Pendapatan Pembeli ethica.....  | 62 |
| Tabel 4. 5 Frekuensi Responden berdasarkan Pendapatan Pembeli ethica.....  | 63 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas.....         | 64 |
| Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Social Influence .....    | 66 |
| Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....          | 67 |
| Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap .....               | 68 |
| Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Religiusitas.....     | 69 |
| Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Social Influence..... | 70 |
| Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Minat Beli .....      | 70 |
| Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Sikap .....           | 71 |
| Tabel 4. 14 Nilai outer loading .....                                      | 72 |
| Tabel 4. 15 Nilai Cross – loading.....                                     | 73 |
| Tabel 4. 16 Nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reability .....           | 74 |
| Tabel 4. 17 Nilai R-Square ( $R^2$ ).....                                  | 76 |
| Tabel 4. 18 Nilai Direct Effect .....                                      | 77 |
| Tabel 4. 19 Nilai Indirect Effect.....                                     | 78 |
| Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis .....                                | 79 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....                                          | 37 |
| Gambar 3. 1 Model Penelitian .....                                          | 56 |
| Gambar 4. 1 Logo ethica.....                                                | 59 |
| Gambar 4. 2 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Religiusitas.....      | 70 |
| Gambar 4. 3 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Social Influence ..... | 70 |
| Gambar 4. 4 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Minat Beli .....       | 70 |
| Gambar 4. 5 Hasil Perhitungan Outer Loading Konstruk Sikap .....            | 71 |
| Gambar 4. 6 Skema Model Patrial Least Square .....                          | 71 |
| Gambar 4. 7 Model Struktural (Inner Model).....                             | 75 |

