

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI DENGAN  
SIKAP DAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Gamis Sekar Arum Store di Semarang)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh religiusitas terhadap sikap pelanggan gamis Sekar Arum Store, 2) pengaruh religiusitas terhadap gaya hidup pelanggan gamis Sekar Arum Store, 3) pengaruh religiusitas terhadap minat beli gamis pelanggan gamis di Sekar Arum Store, 4) pengaruh sikap terhadap minat beli gamis di Sekar Arum Store, 5) pengaruh gaya hidup terhadap minat beli gamis pelanggan Sekar Arum Store. Responden dalam penelitian ini adalah pembeli gamis di Sekar Arum Store Semarang.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif karena menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data untuk mengungkap data religiusitas, sikap, gaya hidup terhadap minat beli. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dengan menggunakan alat bantu software SPSS versi 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas terbukti berpengaruh positif pada sikap, gaya hidup dan minat beli konsumen. Religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan gaya hidup. Sikap dan gaya hidup Konsumen mampu memediasi religiusitas terhadap minat beli.

**Kata kunci :** religiusitas, sikap, gaya hidup, minat beli.

*THE EFFECT OF RELIGIUSITY ON BUYING INTERESTS WITH ATTITUDE  
AND LIFESTYLE AS AN INTERVENING VARIABLE (Case Study on Gamis  
Sekar Arum Store Customers in Semarang)*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine: 1) the effect of religiosity on the attitudes of the customers abamis Sekar Arum Store, 2) the influence of religiosity on the lifestyle of the customers abaya Sekar Arum Store, 3) the effect of religiosity on the abayment of abayers in the Abar Arum Store, 4) the influence of attitudes to the buying interest of the robe at Sekar Arum Store, 5) the influence of lifestyle on the buying interest of the robe of Sekar Arum Store customers. Respondents in this study were abayers at the Sekar Arum Store Semarang.*

*The research method used is explanatory research with a quantitative approach because it explains the relationship between variables using a questionnaire as a tool in data collection to reveal data on religiosity, attitudes, lifestyles on buying interest. The analysis technique used in this study is linear regression analysis using SPSS software version 22.*

*The results of this study indicate that religiosity has a positive effect on attitudes, lifestyles and consumer buying interest. Religiosity has a positive and significant influence on attitudes and lifestyle. Attitudes and lifestyles Consumers are able to mediate religiosity towards buying interest.*

*Keywords: religiosity, attitude, lifestyle, purchase intention*