

INTISARI

Indonesia merupakan negara mayoritas berpenduduk beragama Islam, bahkan sebanyak 13% umat Islam didunia merupakan warga negara Indonesia. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh *religiosity dimension* terhadap *attitude towards fashion* pada konsumen Muslim di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan mencari responden yang berada disekitar peneliti yang mewakili populasi dengan kriteria yang sudah ditentukan yang sesuai untuk dijadikan sampel penelitian. Adapun karakteristiknya adalah responden yang pernah memperhatikan dan membeli produk fashion di Surabaya minimal 1 tahun terakhir.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 278 orang. Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM dan diolah menggunakan *software* SPSS versi 18.0 serta LISREL versi 8.70 untuk pengujian measurement dan structural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 4 dari 5 hipotesis tidak terdukung yaitu *ritualistic dimension*, *experiential dimension* dan *Consequential Dimension* terhadap *attitude towards fashion*.

Kata kunci : *religiosity dimension*, *religiosity*, *attitude towards fashion*, *fashion*.

ABSTRACT

Indonesia is the majority of the country's population of Islam, even as many as 13% of Muslims in the world are citizens of Indonesia. Therefore, the purpose of this study was to examine the effect of religiosity dimension on attitude towards fashion on Muslim consumers in Surabaya. This research uses purposive sampling technique which is a sampling technique based on consideration or personal assessment of the researchers related to the characteristics of the appropriate population to be used as research samples. The characteristics are respondents who have been paying attention, follow and buy fashion products in Surabaya at least 1 year.

Respondents in this study amounted to 278 people. Analysis in this study using SEM and processed using software version SPSS 18.0 and LISREL version 8.70 for measurement and structural testing. The results of this study indicate that 4 of the 5 hypotheses are not supported, namely ritualistic dimension and experiential dimension toward attitude towards fashion.

Keywords: religiosity dimension, religiosity, attitude towards fashion, fashion.