

Article

# TAHLİL TAKTSĪRU ADDĪNIYAH WANIMTIL HAYĀH WAJAUDATUL INTIYĀJ 'ALĀ TAQRĪRI SYIRĀI AL-LIBĀS AL-ISLAMĪ " RABĀNĪ"

Alfian Surya Firmando<sup>1\*</sup> and Muhammad Ridlo Zarkasyi<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup> Affiliation 1; University of Darussalam Gontor, Indonesia. alfianfernando67@gmail.com (Correspondence)

<sup>2</sup> Affiliation 2; University of Darussalam Gontor, Indonesia. ridlo@unida.gontor.ac.id

**Citation:** Firmando, S.A, & Zarkasyi, R.M. (2020). TAHLİL TAKTSĪRU ADDĪNIYAH WANIMTIL HAYĀH WAJAUDATUL INTIYĀJ 'ALĀ TAQRĪRI SYIRĀI AL-LIBĀS AL-ISLAMĪ " RABĀNĪ". *Islamic Business and Management Journal*, p 3 (1) 34-59

Academic Editor: Fikriyana Arisona

Received: 10 Januari 2020

Accepted: 28 April 2020

Published: 28 April 2020

**Publisher's Note:** IBMJ, Faculty of Economics and Management UNIDA Gontor stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



**Copyright:** © 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**ملخص البحث :** أظهر تطوير أعمال الحمل الحراري في فونزو تقدماً كبيراً للغاية مع مختلف الاحتياجات والاحتياجات. يتضح من تقدم أعمال الحمل الحراري في مجال الخدمات والتجارة. وينظر إلى هذا من المسلمين الإندونيسيين الذين هم مسلمون ويرون العدد المتزايد من الحملات في إندونيسيا. تشير بيانات وزارة الصناعة إلى ارتفاع عدد الحمل الحراري الإندونيسي إلى 1535 في إندونيسيا. لذلك هناك الكثير من المنافسة الديناميكية ويجب أن يكون مصنعو الملابس قادرين على التأثير على المستهلكين لشراء ملابسهم. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الدينية ، ونمط الحياة ، وجودة الانتاج على قرارات الشراء عند شراء الملابس الإسلامية رباني بفونزو. هذا النوع من البحث هو كمي باستخدام تقنية الاستبيان. تم الحصول على البيانات من خلال مسح شمل 150 شخصاً ، أي المستهلكين الذين اشتروا ملابس رباني المسلمة وتم قياسها على مقياس ليكرت. أخذ العينات باستخدام احتمالية أخذ العينات مع تقنيات أخذ العينات العشوائية البسيطة. الأداة التحليلية المستخدمة هي حل البرنامج الاحصائي (SPSS) ، من خلال اختبار صلاحية وصلاحية اختبار متعدد الدوائر واختبار الافتراض الخطي المتعدد. أوضحت النتائج أن بُعد التدين لم يكن له تأثير إيجابي وهام على قرارات المستهلكين في شراء ملابس رباني مسلم فونزو ، في حين كان لمتغيرات نمط الحياة وجودة المنتج تأثير إيجابي كبير على قرارات المستهلكين في شراء ملابس رباني مسلم في فونزو. واستناداً إلى نتائج الدراسة ، فإن نمط الحياة الذي تم الحصول عليه كان عدد 4,441 أكبر من ت - الجدول 1,655 بمستوى دلالة احصائية 0.05 وجودة المنتج التي تم الحصول عليها ت - الحساب 7,141 أكبر من ت - الجدول 1,655 بمستوى دلالة احصائية

0.05. يمكن القول أن مستوى التدين (X1) ليس له تأثير إيجابي لأن قيمة ت - الجدول 1,012 أصغر من ت - الجدول 1,655. وبالتالي ، فإن أسلوب الحياة (X2) وجودة المنتج (X3) لهما تأثير إيجابي على قرار شراء الملابس الإسلامية رباني بفونوروكو.

الكلمات المفتاحية: الدينية ، نمط الحياة ، وجودة الإنتاج ، تقرير الشراء ، رباني

## 1. مقدمة

حتى الآن ، ما زالت الأزياء الإسلامية في إندونيسيا تحظى باهتمام كبير من المجتمع الأوسع وتنمو بسرعة حتى الآن. الآن الأزياء الإسلامية ليست مجرد وسيلة للالتزام بتغطية العري ، بل أكثر من اتجاهات الموضة هذه (Kurniawan & Irwanto, 2018). اتجاهات الموضة الإسلامية محبوبة في الدول الأوروبية والأمريكية.

وفقًا للبيانات الصادرة عن الإحصاء الإندونيسي لعام 2018 ، يبلغ إجمالي عدد سكان إندونيسيا 265 مليون نسمة. سيؤثر هذا على الاحتياجات الأولية العالية لاحتياجات التعليم العالي بين الأفراد ، أي الحاجة إلى الإلكترونيات ومعدات النقل والسلع الفاخرة الأخرى (Fathurrahman & Maulana, 2018) . الاحتياجات الأساسية تشمل الغذاء ، والملابس ، واحتياجات المأوى. إحدى من هذه الاحتياجات الأساسية توفر فرصة عمل في مجال الحمل الحراري لتكون قادرة على تلبية احتياجات المجتمع عالية للملابس. تعتبر مصنع الملابس نشاطًا اقتصاديًا يعالج المواد الخام والمواد الخام والسلع نصف المصنعة والمنتھية إلى سلع عالية لاستخدامها ، بما في ذلك أنشطة التصميم والتطوير الصناعي (Maulana, 2019) .

يظهر تطور مصنع الملابس في إندونيسيا عددًا كبيرًا. من بيانات الوزارة حول عدد الحملات في إندونيسيا يصل إلى 1535. وفقًا للمديرية العامة للصناعات الصغيرة

والمتوسطة (IKM) ، شهد نمو صناعة الأزياء الإسلامية في إندونيسيا نمواً بلغ حوالي 8.5% ، متجاوزاً نمو صناعة الأزياء الوطنية التي بلغت 7% فقط. إذا كانت صناعة الأزياء التقليدية قادرة فقط على طباعة نمو الصادرات بنسبة 3% ، فستكون صناعة الأزياء الإسلامية أكثر من واضحة من معدل النمو الذي يزداد بانتظام في السنوات الأخيرة والسكان المسلمين في إندونيسيا بنسبة 87.2%. وهذا يجعل صناعة الملابس الإسلامية في أمس الحاجة إليها (Kurniawan & Setyanta, 2019).

في الوقت الحاضر ، يتجه الشعب الإندونيسي إلى الغرب مع الاتجاهات الحالية. ومع ذلك ، ليس فقط عارضات الأزياء الحديثة ، ولكن الموضة الإسلامية تشهد أيضاً تطوراً سريعاً للغاية. مع تنوع أزياء الموضة الإسلامية اليوم لم يعد ينظر إليها على أنها قديمة الطراز ولكن الموضة الإسلامية تتبع الاتجاهات الحالية. لم يعد الناس يترددون في استخدام الملابس الإسلامية لأنهم ما زالوا واثقين من الملابس التي يرتدونها.

مثل هذا الموقف يجعل بالتأكيد العديد من رجال الأعمال يلقي نظرة على الفرص التجارية في هذا القطاع. مع الطلب الهائل في السوق ، يوجد الآن العديد من رواد الأعمال الذين يتنافسون على البدء في القيام بهذا العمل. يتنافس رواد الأعمال الجدد وذوي الخبرة على حد سواء للمشاركة ، لا سيما في مدينة بفونوروكو. مطلوب أزياء الموضة لتحديد التخطيط الاستراتيجي الذي سيتم استخدامه لمواجهة المنافسة. لا يقاس الكمال البشري من قبل الفرد ، ولكن أيضاً كيف يكون في خضم مخلوقات أخرى وكذلك كيفية مستوى الانسجام في العلاقة الرأسية مع الخالق أو ما يسمى بالدينية.

رباني بفونوروكو هو متجر رباني الرسمي وهو الوحيد في بفونوروكو. reShare رباني يستخدم نظام الانتخاب. إلى جانب خدمة مبيعات التجزئة ، يخدم رباني فونوروكو أيضاً مبيعات الجملة. الغرض الأولي من نموذج إعادة نشر فونوروكو هو تقريب منتجات

رباني من المستهلكين ، مما يسهل على المستهلكين الحصول على منتجات رباني من خلال تقصير قنوات التوزيع. بالإضافة إلى ذلك ، لا يقتصر تجزئة المنتج على النساء المسلمات فحسب ، بل أيضاً للرجال والأطفال والمراهقين لأن أفضل منتج هو الحجاب المدرسي.

بالإضافة إلى ذلك ، تمتلك الشركة أيضاً إدارة إسلامية تدعى "الجهاد في إدارة الشركة" (Business Jihad Management) ، وهي أعمال ومفيدة جداً لزملائها البشر لخدمة الله سبحانه وتعالى. تتمتع منتجات رباني بمزايا عديدة مقارنة بمنتجات الأزياء الأخرى ولديها دائماً ابتكارات في إنتاج جميع أجهزة الملابس الإسلامية للمستهلكين سواء من النساء أو الرجال البالغين أو معدات صلاة الأطفال. ليس ذلك فحسب ، بل رباني يبيع أيضاً الملابس في مجموعة متنوعة من الأنشطة الرسمية وغير الرسمية ، باختصار ، لدى الشركة شعار واحد للتسوق.

تشكل منتجات رباني مجموعة واسعة من النماذج التي يمكن استخدامها في المناسبات الرسمية وغير الرسمية وكذلك ملابس "رباني" التي لديها دائماً أفكار تصميم أزياء جيدة ذات طابع إسلامي للمستخدم. نمط الحياة ووفقاً لـ Kotler هو نمط من الحياة في العالم يتم التعبير عنه في أنشطته واهتماماته وآرائه. تصف نمط الحياة "كل الناس" في التفاعل مع بيئتهم. نمط الحياة يعكس النمط الكامل للشخص في العمل والتفاعل في العالم. بالطبع لا تنفصل العلامة التجارية عن جودة الانتاج. جودة الانتاج هي واحدة من المسوقين الرئيسيين لإنشاء موقف في عقول المستهلكين. يمكن أن تعني جودة الإنتاج أيضاً قدرة المنتج على تنفيذ وظائفه بما في ذلك المتانة والموثوقية وسهولة الاستخدام والراحة والإصلاحات وغيرها من السمات. لذا ، تم التوصل إلى ما إذا كانت المنتجات

ذات جودة الإنتاج المناسبة من نمط الحياة الدينية يمكنها تحسين تقرير للشراء في ملابس رباني الاسلامي.

## 2. الإطار النظري

### 2.1. مفهوم أخذ القرار المستهلك

قرارات المستهلك هي في الأساس الإجراءات المتخذة لتحديد المنتجات أو الخدمات التي سيتم استخدامها أو استهلاكها لتلبية احتياجات المستهلكين. سينطوي القرار على الاختيار بين اثنين أو أكثر من الإجراءات أو السلوكيات البديلة. يمكن تفسير صنع القرار على أنه عملية تقييم واختيار بدائل مختلفة وفقاً لمصالح معينة من خلال تحديد اختيار معين. إلى جانب اتخاذ القرارات (Maulana, Razak, & Adeyemi, 2018) ، يتم أيضاً تحديد سلسلة من الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق النتائج المرجوة وهي إجراء إداري في اختيار البدائل لتحقيق الأهداف التي تلي الاحتياجات.

يحدث سلوك المستهلك في تحديد عملية صنع قرار الشراء في 5 مراحل ، بما في ذلك: إدخال الاحتياجات ، والبحث عن المعلومات ، والتقييم البديل ، وقرارات الشراء وما بعد الشراء.

الجدول ٢,٢ المرحلة النموذجية لعملية صنع القرار



المصدر: Kotler إدارة التسويق: التحليل والتخطيط والتنفيذ والمراقبة.

يمكن شرح المراحل الخمس لعملية اتخاذ القرارات الخاصة بالمستهلك على النحو التالي:  
 أ. مقدمة الاحتياجات هي عملية تبدأ من إدراك الرغبات التي يواجهها المستهلكون لتلبية احتياجاتهم.

ب. يعتبر البحث عن المعلومات نشاطاً يقوم به المستهلكون للعثور على بعض المعلومات المتعلقة باحتياجات المصادر المختلفة المتعلقة بالسلع والخدمات كاعتبار مادي في عملية صنع القرار.

ج. التقييم البديل هو عملية معالجة جميع المعلومات التي تم الحصول عليها المتعلقة بمختلف العلامات التجارية للسلع والخدمات كمقارنة للحصول على الاختيار الصحيح وفقاً للاحتياجات المتوقعة.

د. قرارات الشراء هي إجراءات في اتخاذ قرار شراء على منتج أو خدمة واحدة بعد إجراء هذه العمليات.

هـ. سلوك ما بعد الشراء هو المرحلة التي يقيم فيها المستهلك الفوائد المقدمة والتي يتم الحصول عليها من شراء السلع أو الخدمات.

## 2.2. مفهوم الدينية

ينص سيكو مارافا توري على أن التدين هو أحد العوامل الدافعة المهمة ويمكن أن يؤثر على سلوك المستهلك. يعتمد ذلك على قرار المستهلك بشراء المنتج وفقاً لمستوى ثقته .

رأي غلوك وستارك في ريتيسما (Reitsma) هناك خمسة أبعاد للتدين وهي:

أ. البعد من الإيمان / الأيديولوجية

يشير هذا البعد إلى مدى معتقدات المسلمين حول حقيقة التعاليم الدينية ، وخاصة الأساسية والعقائدية. في الإسلام ، يرتبط هذا البعد بأركان الإيمان التي تحتوي على ستة

معتقدات ، وهي الإيمان بوجود الله وحدته ، وصدق الملائكة ، ورسله ، وكتبه ، ويوم القيامة ، والصوم ، والقادر من الله سبحانه وتعالى . مفهوم التوحيد أو الاعتراف بوحداية الله هو أساس هذا البعد .

ب. أبعاد الممارسة

يتعلق هذا البعد بالالتزام والطاعة لدينه ، والذي يتجلى في الطقوس أو العبادة .

ينقسم هذا البعد إلى قسمين هما:

1) الطقوس ، تشير إلى سلسلة من الأعمال الدينية الرسمية والممارسات المقدسة التي يتوقع أن يقوم بها أتباع . في الإسلام ، أشكال الطقوس هي: الصلاة ، الصوم ، الزكاة ، الذهاب إلى الحج لتتمكن من قراءة وقراءة وممارسة القرآن والتضحية وغيرها .

2) الطاعة ، الطاعة والطقوس مثل السمك والماء . عندما يعرف شخص ما بالفعل

الطقوس التي يجب القيام بها ، يتم تنفيذ الطقوس قدر الإمكان لإظهار "أنا شخص متدين وألتزم بالدينية " .

ج. أبعاد الخبرة

يرتبط هذا البعد بمدى حجم مستوى الشخص في تجربة تجربته الدينية . يتجلى هذا

البعد في مشاعر الامتنان لله ، فالاعتقاد بالله سيمنح صلواتنا ، والنعمة عند الصلاة ، والشعور بالاهتزاز في قلبه عندما يسمع آيات من القرآن الكريم ، ويساعده من الموت بسبب الصدقة ، والله وغيره من رزقي .

د. أبعاد المعرفة الدينية

يشير هذا البعد إلى مستوى معرفة وفهم المسلمين في التعاليم الدينية ، وخاصة التعاليم

الأساسية الواردة في القرآن (Kurniawan & Maemunah, 2019). إن المعرفة المكتسبة من

قراءة الكتب الدينية تأتي إلى مجلس التعليم الذي يستمع إلى الدينية وما إلى ذلك .

## هـ. أبعاد العواقب

يوضح هذا البعد مدى تأثير السلوك الإسلامي بالتعاليم الدينية ينعكس هذا البعد في سلوك الشخص المتدين (تنفيذ أوامره وتجنب المحظورات) ، والتي تشمل: السلوك مثل المساعدة ، والإحسان ، والإنصاف للآخرين ، والصدق ، وعدم الإفساد ، وعدم الشرب ، وليس القمار ، وعدم القيام بالمقامرة الدعارة / حرية ممارسة الجنس ، وهلم جرا.

### 2.3. مفهوم نمط الحياة

رأي غلوك وستارك في ريتيسما (Reitsma) هناك خمسة أبعاد للتدين وهي:

#### 1 . البعد من الإيمان / الأيديولوجية

يشير هذا البعد إلى مدى معتقدات المسلمين حول حقيقة التعاليم الدينية ، وخاصة الأساسية والعقائدية. في الإسلام ، يرتبط هذا البعد بأركان الإيمان التي تحتوي على ستة معتقدات ، وهي الإيمان بوجود الله وحدته ، وصدق الملائكة ، ورسله ، وكتبه ، ويوم القيامة ، والصوم ، والقادر من الله سبحانه وتعالى. مفهوم التوحيد أو الاعتراف بوحداية الله هو أساس هذا البعد.

#### 2. أبعاد الممارسة

يتعلق هذا البعد بالالتزام والطاعة لدينه ، والذي يتجلى في الطقوس أو العبادة. ينقسم هذا البعد إلى قسمين هما:

(1) الطقوس ، تشير إلى سلسلة من الأعمال الدينية الرسمية والممارسات المقدسة التي يتوقع أن يقوم بها أتباع. في الإسلام ، أشكال الطقوس هي: الصلاة ، الصوم ، الزكاة ، الذهاب إلى الحج لتمتكن من قراءة وقراءة وممارسة القرآن والتضحية وغيرها.

(2) الطاعة ، الطاعة والطقوس مثل السمك والماء. عندما يعرف شخص ما بالفعل الطقوس التي يجب القيام بها ، يتم تنفيذ الطقوس قدر الإمكان لإظهار "أنا شخص متدين وألتزم بالدينية".

(3). أبعاد الخبرة

يرتبط هذا البعد بمدى حجم مستوى الشخص في تجربة تجربته الدينية. يتجلى هذا البعد في مشاعر الامتنان لله ، فالاعتقاد بالله سيمنح صلواتنا ، والنعمة عند الصلاة ، والشعور بالاهتزاز في قلبه عندما يسمع آيات من القرآن الكريم ، ويساعده من الموت بسبب الصدقة ، والله وغيره من رزقي.

(4). أبعاد المعرفة الدينية

يشير هذا البعد إلى مستوى معرفة وفهم المسلمين في التعاليم الدينية ، وخاصة التعاليم الأساسية الواردة في القرآن. إن المعرفة المكتسبة من قراءة الكتب الدينية تأتي إلى مجلس التعليم الذي يستمع إلى الدينية وما إلى ذلك.

(5). أبعاد العواقب

يوضح هذا البعد مدى تأثير السلوك الإسلامي بالتعاليم الدينية ينعكس هذا البعد في سلوك الشخص المتدين (تنفيذ أوامره وتجنب المحظورات) ، والتي تشمل: السلوك مثل المساعدة ، والإحسان ، والإنصاف للآخرين ، والصدق ، وعدم الإفساد ، وعدم الشرب ، وليس القمار ، وعدم القيام بالمقامرة الدعارة / حرية ممارسة الجنس ، وهلم جرا.

2.4. مفاهيم جودة الإنتاج

المنتجات هي أشياء ملموسة (ملموسة) أو أشياء ملموسة أو غير ملموسة يمكن شراؤها من قبل الأشخاص حيدر حمزة صالح تعريف جودة الإنتاج وفقاً لكوتلر

وأمرسترونغ (2008 ، صفحة 244) هو مجموعة من خصائص السلع والخدمات التي لديها القدرة على تلبية الاحتياجات التي هي مزيج من الإحساس بالمقاومة والموثوقية والدقة وسهولة الصيانة وغيرها من سمات المنتج A. Gaspersz يوضح أن أبعاد الجودة لهذا المنتج لها 8 أبعاد ، تتكون من:

### 1. الأداء

الأداء هو سمة التشغيل الأساسية للمنتج الأساسي ويمكن تعريفه على أنه مظهر منتج حقيقي. إن أداء أي منتج يتعلق بتوضيح كيفية تقديم المنتج إلى المزار. قد يختلف مستوى الأداء الجيد عند تلبية توقعات كل بُعد من أداء المنتج / الخدمة اعتمادًا على القيمة الوظيفية التي تقدمها الشركة.

### 2. دقة

الموثوقية (التحكم) ، وهي مستوى التحكم في المنتج أو اتساق التحكم في المنتج في العملية التشغيلية في نظر المستهلكين. الموثوقية المنتج هو مقياس لإمكانية عدم تلف المنتج أو تعطله في فترة معينة (Djayusman, Anggara, Ihsan , & Kurniawan, 2019).

### 3. ملامح

الميزات الإضافية هي خصائص ثانوية أو مكملة ويمكن تعريفها على أنها درجة اكتمال سمات المنتج الحالية. في مرحلة ما ، يكون أداء كل علامة تجارية هو نفسه الفرق في المسرح.

### 4. اجتماع

الامتثال للمواصفات (مطابقة للمواصفات) هو مدى توافق خصائص التصميم والتشغيل مع المعايير المحددة مسبقًا والتي يمكن تعريفها على أنها المستوى الذي الوحدات المصنعة تلبية المواصفات المستهدفة المقدمة.

## 6. متانة

يمكن الاستمرار في استخدام المتانة (المتانة) المرتبطة ببعض مدة المنتج ويمكن تعريفها كمقياس للحياة التشغيلية للمنتج المتوقع في ظل الظروف العادية أو الثقيلة.

## 7. للخدمة

بما في ذلك السرعة والكفاءة والراحة والتكرار السهل ومعالجة الشكاوى بشكل مرض والتي يمكن تعريفها كمقياس لسهولة إصلاح منتج معيب أو فاشل.

## 8. جماليات

يمكن تعريف جمال المنتج بالحواس الخمس على أنه سمات متأصلة في المنتج ، مثل اللون أو النموذج أو تصميم الشكل أو الذوق أو الرائحة أو غيرها (Maulana, Umam, & Faradisi, 2019).

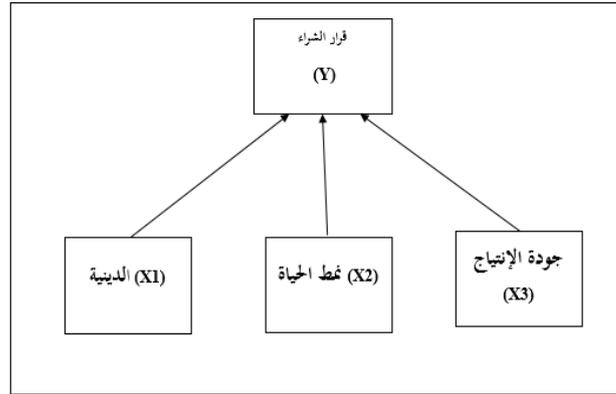
## 9. الزبائن يدركون الجودة

الجودة المعدة هي الجودة الموصى بها. عند تطبيقها على قياسات جودة الطعام والشراب. إدراك الجودة هو الجودة الأساسية التي يمتلكها الطعام والمشروبات.

## 2.5. الطريقة

استنادًا إلى مفهوم الفرضية المفاهيمية ، يمكن شرح العلاقة بين المتغيرات في شكل نموذج يصف عملية اتخاذ القرار من قبل المستهلكين لاستخدام منتجات رباني من خلال تطبيق التدين ونمط الحياة وجودة المنتج. يتم عرض نموذج البحث في الشكل أدناه.

## الجدول: 1.3 إطار التفكير



يوضح نموذج البحث عملية اتخاذ القرار من قبل مستهلكي رباني فيما يتعلق بقرار استخدام منتجات رباني التي تتأثر بالتطبيق المتغير للدين أو نمط الحياة و جودة الإنتاج. يهدف هذا النموذج إلى اختبار التأثير الإيجابي للدين ونمط الحياة جودة الإنتاج في اتخاذ القرارات باستخدام منتجات رباني بفونوروكو.

## 1. نوع البحث

يستخدم نوع البحث في هذه الدراسة نوعاً من الأبحاث التفصيلية مع النهج الكمي. من المتوقع أن يكون هذا البحث قادراً على إنتاج وصف متعمق للبيانات التي تم الحصول عليها من خلال البيانات في وصف كائن البحث. في هذه الدراسة ، جمع الباحثون بيانات تتعلق بتحليل تأثير التدين ونمط الحياة وجودة المنتج على قرارات الشراء للملابس الإسلامية رباني ReShare بفونوروكو.

## 2. الأشياء والموضوعات ومواقع البحث

الهدف من البحث هو المتغيرات أو المؤشرات على المتغيرات التي يتم التركيز عليها في البحث ، في حين أن موضوعات البحث هي الأطراف التي يتم استخدامها كعينات في البحث للحصول على بيانات البحث. وبحسب عنوان هذه الدراسة يتم تحليل تأثير التدين ونمط الحياة وجودة المنتج في قرارات المستهلك في شراء الملابس الإسلامية رباني بفونوروكو. في غضون ذلك ، كانت مواضيع البحث مستهلكين اشتروا ملابس ربانية

مسلمة. موقع هذا البحث في رباني ريشير بفونوروكو وعنوانه في جيه.سلطان أجونج 9  
أ ، بفونوروكو تم تأسيسه رسميًا في 21 مايو 2009.

| اختبار عينة واحدة من كولموجوروف - سميرنوف |                                     |                      |
|---|-------------------------------------|----------------------|
|   |                                     | غير قياسي المتبقية   |
| N   |                                     | 150                  |
| المعلومات العادية ،                       | تعني                                | 0.0000000            |
|   | الأمراض المنقولة جنسيا.<br>الانحراف | 1.68068180           |
| معظم الاختلافات<br>الشديدة                | مطلق                                | 0.045                |
|   | إيجابي                              | 0.045                |
|   | سلي                                 | -0.044               |
| اختبار الإحصاء                            |                                     | 0.045                |
| Asymp. سيح. (2 الذيل)                     |                                     | 0.200 <sup>c,d</sup> |

في جمع البيانات ، يستخدم الباحثون التقنيات التي يتم إجراؤها بطريقة كمية عن طريق أخذ العينات التي استخدمت لباس مسلم رباني مع طريقة الانحدار متعدد الخطوط مع حل خدمة المنتج الإحصائي (SPSS). وبذلك يصل العدد الإجمالي للعينات 150 التي يبلغ عدد سكانها 500 / شهريًا في شراء الملابس الإسلامية رباني بفونوروكو (Fasa, Aviva, & Firmansyah, 2019). تستخدم تقنية أخذ العينات في البحث أخذ عينات عشوائية ، وهي تقنية لأخذ العينات توفر فرصًا متساوية لكل عنصر (عضو) من السكان ليصبحوا أعضاء عينة (Sugiyono: 2009).

## 2.6. النتيجة و مناقشتها

## 1. اختبار الافتراض الكلاسيكي

## 1. اختبار الطبيعي

## الجدول: 1. اختبار الطبيعي

| اختبار عينة واحدة من كولموجوروف - سميرنوف |                                     |                      |
|---|-------------------------------------|----------------------|
|   |                                     | غير قياسي المتبقية   |
| N   |                                     | 150                  |
| المعلومات العادية ،                       | تعني                                | 0.0000000            |
|   | الأمراض المنقولة جنسيا.<br>الانحراف | 1.68068180           |
| معظم الاختلافات<br>الشديدة                | مطلق                                | 0.045                |
|   | إيجابي                              | 0.045                |
|   | سلي                                 | -0.044               |
| اختبار الإحصاء                            |                                     | 0.045                |
| Asymp. سي.ج. (2 الذيل)                    |                                     | 0.200 <sup>c,d</sup> |

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الإحصائي

استنادًا إلى الجدول 1. قيمة الأهمية المقاربة (2-tailed) هي 0 ، 200 مما يعني أن القيمة أكبر من 0.05 (5%). هذا يدل على أن البيانات يتم توزيعها بشكل طبيعي.

2 . اختبار متعدد الخطوط

## الجدول: 2. اختبار متعدد الخطوط

| VIF   | التسامح | المتغير      |
|-------|---------|--------------|
| 1.074 | 0.931   | تدين         |
| 1.504 | 0.665   | نمط الحياة   |
| 1.569 | 0.637   | جودة الإنتاج |

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج الاحصائي

استناداً إلى النتائج الواردة في الجدول 2. تحتوي جميع المتغيرات على قيمة  $VIF \leq 10,0$  ، يمكن استنتاج أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة.

3. اختبار اختلاف التباين

## الجدول: 3. اختبار اختلاف التباين

| التقرير | Sig.  | t     | Standardized | Unstandardized |       | المتغيرات  |
|---------|-------|-------|--------------|----------------|-------|------------|
|         |       |       | Coefficients | Std. Error     | B     |            |
|         |       |       | Beta         |                |       |            |
| صالح    | 0.274 | 1.099 |              | 0.89           | 0.978 | (Constant) |
| صالح    | 0.354 | 0.93  | 0.079        | 0.034          | 0.032 | تدين (X1)  |

|                      |            |       |       |       |       |      |
|----------------------|------------|-------|-------|-------|-------|------|
| نمط الحياة<br>(X2)   | -<br>0.069 | 0.043 | -0.16 | -1.59 | 0.114 | صالح |
| جودة الإنتاج<br>(X3) | 0.03       | 41    | 0.074 | 0.718 | 0.474 | صالح |

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج الاحصائي

بناء على الجدول 3. الحصول على قيم الاحتمال أو الأهمية فوق 0.05 ، خلص إلى

أن جميع المتغيرات لم تحدث أعراض اللدونة غير المتجانسة.

2. اختبار الانحدار الخطي المتعدد

1. اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية هناك اختباران ، هما اختبار الفرضية ، اختبار ت واختبار ف.

(1) إختبار ت

الجدول: 4 نتائج اختبار ت

| Sig. | t     | Standardized | Unstandardized |       | المتغيرات  |
|------|-------|--------------|----------------|-------|------------|
|      |       | Coefficients | Coefficients   |       |            |
|      |       | Beta         | Std. Error     | B     |            |
| .874 | -.159 |              | 1.412          | -.224 | (Constant) |
| .313 | 1.012 | .058         | .054           | .055  | تدين (X1)  |

|      |       |      |      |      |                      |
|------|-------|------|------|------|----------------------|
| .000 | 4.841 | .326 | .069 | .333 | نمط الحياة<br>(X2)   |
| .000 | 7.141 | .492 | .065 | .467 | جودة الإنتاج<br>(X3) |

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج الاحصائي

بناءً على نتائج الاختبار ، يمكن مطابقة الانحدارات على النحو التالي:

أ.  $X_1$  (تدين) لها قيمة كبيرة من 0.05 ، وهو 0.313. يمكن أيضًا ملاحظة أن قيمة - ت المحسوبة (1,012) أصغر من جدول - ت (1,287). تظهر نتائج الاختبار أن  $H_0$  مرفوض وأن  $H_1$  مرفوض ، لذلك يمكن الاستنتاج أن متغير تدين ( $X_1$ ) ليس له تأثير على متغير قرار الشراء (Y).

ب.  $X_2$  (نمط الحياة) لها قيمة أقل بكثير من 0.05 ، والتي هي 0.000. يمكن أيضًا ملاحظة أن قيمة - ت المحسوبة (7,141) من جدول - ت (1,287). تظهر نتائج الاختبار أن  $H_0$  مرفوض ومقبول  $H_1$  ، لذلك يمكن استنتاج أن متغير نمط الحياة ( $X_2$ ) له أي تأثير على متغير قرار الشراء (Y).

ج.  $X_3$  (جودة الإنتاج) لها قيمة أقل بكثير من 0.05 ، والتي هي 0.000. يمكن أيضًا ملاحظة أن قيمة - ت المحسوبة (4,841) من جدول - ت (1,287). تشير نتائج الاختبار إلى مرفض  $H_0$  وقبول  $H_1$  ، وبالتالي يمكن استنتاج أن متغير جودة الإنتاج ( $X_3$ ) له أي تأثير على متغير قرار الشراء (Y).

ب ( إختبار ف

### الجدول: 5 نتائج اختبار ف

| ANOVA <sup>a</sup> |                |     |             |        |                   |
|--------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| Regression         | 532.914        | 3   | 177.638     | 61.621 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 420.879        | 146 | 2.883       |        |                   |
| Total              | 953.793        | 149 |             |        |                   |

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج الاحصائي

من الجدول أعلاه ، يمكن أن تظهر نتائج الحسابات الإحصائية أن قيمة ف المحسوبة هي 61621 بينما يمكن أن يعرف جدول ف من حساب 3.06 ، ثم يبدو أن ف يحسب  $61.621 \leq F$  بدرجة خطأ 5%. بالإضافة إلى ذلك ، يمكن أيضاً ملاحظة أن قيمة sig  $\leq 0,000$  أقل من 0.05. لذلك يمكن أن نخلص إلى أن متغيرات تدين و نمط الحياة و جودة الإنتاج مجتمعة تؤثر بشكل كبير على متغير قرار الشراء.

### 3. المناقشة

في نتائج الدراسة ، فيما يلي وصف لجميع المتغيرات من البحث الذي حصلت عليه شراء أزياء رباني مسلم فونوروكو.

#### (1) التدين

بناءً على نتائج تحليل البيانات أعلاه ، من الواضح أنه لا يوجد تأثير إيجابي وهام على متغير التدين على قرارات الشراء (Maulana, 2019). الدينية هو كل الأنشطة التي تستند إلى القيم الدينية. مع مؤشرات لأبعاد المعتقدات والممارسات والخبرات والمعرفة

الدينية وأبعادها. في هذه الدراسة ، لا يؤثر مستوى تدين قرارات الشراء على قرارات الشراء.

تتوافق نتائج هذه الدراسة مع بحث محمد نصر الله الذي يدرس "العلامات التجارية الإسلامية ، و الدينية ، وقرارات المستهلك بشأن المنتجات" . خلصت هذه الدراسة إلى أن نتائج البيانات تشير إلى أن المتغير الدينية ليس له تأثير كبير على قرار شراء ملابس رباني مسلم (Djayusman, Anggara, Ihsan, & Kurniawan, 2019). لكن في الاختبار المتزامن ، ليس لكل منهما تأثير على قرارات الشراء.

الدينية هو المستوى في تنفيذ تعاليم دينه. بناءً على نظرية التدين ، كلما ارتفع المستوى الدينية للشخص ، زادت الطاعة في تنفيذ التعاليم الدينية وكذلك تجنب تحريمها دائمًا. ومع ذلك ، في هذه الدراسة لم يكن مستوى تدين مجتمع بفنوركو أي تأثير على قرار شراء ملابس رباني المسلمة.

يكمن الدافع وراء شراء الملابس الإسلامية في فنوركو في الرغبة في الحصول على منتجات عالية الجودة وليس في العبادة.

## (2) نمط الحياة

استنادًا إلى التحليل أعلاه ، من الواضح أن هناك تأثيرًا إيجابيًا وليس مهمًا على متغير نمط الحياة على قرار شراء ملابس رباني مسلم. أسلوب الحياة هو طريقة للحياة كيف يقضي الناس وقتهم (أنشطة) ما يعتبرونه مهمًا في بيئتهم وما يفكرون فيه عن أنفسهم وعن العالم من حولهم. مع بعض المؤشرات هناك احتياجات الإنسان وشخصية الشخص (Ari Anggara, 2019). في هذه الدراسة ، لم يؤثر لايف ستايل بشكل كبير على قرار شراء الملابس الإسلامية رباني على قرارات الشراء.

تتوافق نتائج هذه الدراسة مع Jantje Sepang و Sweetly Jane Mongosidi "تأثير أسلوب الحياة والسعر على قرار شراء أحذية نايك" بشكل منفرد ، هذا البحث له تأثير على قرارات الشراء ، لكنه ليس مهمًا في الاختبار المتزامن ، كلاهما ليس لهما تأثير على قرار الشراء بأسلوب رباني مسلم.

نمط الحياة هو أسلوب للحياة يتم تحديده من خلال كيفية قضاء شخص ما لوقته في الأنشطة التي يعتبرونها مهمة في بيئته وما يفكرون فيه حول أنفسهم والعالم من حولهم. نمط الحياة لا يؤثر بشكل كبير على قرار شراء الملابس الإسلامية reShare رباني بفونوروكو. يحدث هذا بسبب قيام المستهلكين بشراء منتجات رباني reShare لا تستند إلى نمط الحياة ولكن على أساس الاحتياجات.

### (3) و جودة الإنتاج

استنادًا إلى نتائج المحللين أعلاه ، من الواضح أن هناك تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على متغيرات جودة الإنتاج على قرارات الشراء. جودة الإنتاج هي عبارة عن مجموعة من خصائص السلع والخدمات التي لديها القدرة على تلبية الاحتياجات التي تفهم المتانة والجاهل والدقة وسهولة الصيانة وغيرها من سمات المنتج مجتمعة. هذا يدل على أن جودة الإنتاج لها تأثير كبير في قرارات الشراء على الملابس الإسلامية رباني.

تتماشى نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي قام بها دني إيراوان وإدوين جابريانتو بدراسة "تحليل تأثير جودة الإنتاج المنتج على الولاء من خلال الرضا كمتغيرات متداخلة في عملاء مطعم بور كي سورابايا".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Irawan Deny dan Edwin Japarianto, " Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8

الاستنتاج الذي تم الحصول عليه هو أنه بناءً على نتائج أول اختبار  $t$  ، فقد وجد أن متغير جودة الإنتاج له تأثير إيجابي وهام على قرارات شراء أزياء رباني المسلمة ، كما أن لتقلب الدينية وأسلوب الحياة تأثير إيجابي ولكن ليس مهم على قرارات شراء أزياء رباني مسلم.

#### 4 المتغيرات المؤثرة

استنادًا إلى نتائج تحليل البيانات أعلاه ، من الواضح أنه من بين المتغيرات التي تمت دراستها ، فإن المتغير الأكثر تأثيرًا هو متغير جودة الإنتاج (X3). هذا يدل على أن أهل بفونوروكو اشتروا ملابس رباني المسلمة بسبب جودة الإنتاج (Syarif, Firmansyah, & Rahman Abadi, 2019). جودة الإنتاج هي مجموعة من خصائص السلع والخدمات التي لديها القدرة على تلبية الاحتياجات التي تفهم المتانة والموثوقية والدقة وسهولة الصيانة وغيرها من سمات المنتج مجتمعة. هذا يدل على أن الناس في فونوروكو الذين استخدموا منتجات رباني معروفون بمتانتها وملاءمتها ومزاياها الإيجابية التي سيتم الحصول عليها عند شراء منتجات أزياء رباني مسلم.

في نتائج تحليل العلاقة بين المتغيرات الحرة والمحددة. تشير النتائج إلى أن  $R = 0,696$  تعني أن درجة العلاقة بين المتغيرات X1 و X2 و X3 إلى Y هي فئة علاقة قوية في هذه الدراسة. هذا يشير إلى أن هناك عوامل أخرى أقوى وأكثر أهمية في التأثير على قرارات الشراء عند شراء الملابس الإسلامية رباني.

#### 4. الخلاصة

بناءً على نتائج البحث ومعالجة البيانات ، يُظهر أن المتغيرات الأكثر تأثيرًا هي أسلوب الحياة ومتغيرات جودة المنتج. وهذا يدل على أن المستهلكين الذين يشترون منتجات مجتمع رباني بونوروكو كعينة يظهرون أن الدافع لشراء ملابس رباني مسلم يظهر

نمط الحياة وجودة المنتج ، بسبب الثقة في جودة المنتج لشراء ملابس رباني بنوروغو المسلمة. هذه عينة رباني reShare فونوركومن سبتمبر إلى يناير مع 150 عينة في فونوركو.

## 5. الاقتراحات

مؤسسا على الاستنتاجات أعلاه ، يمكن للباحثين تقديم الاقتراحات التالية:

### 5.1. للمؤسسة

من المستحسن لشركات رباني إعادة مشاركة فونوركو لتحسين الخدمات والتدين في ملابس المسلمين الحاخامات ومواصلة تحسين نمط الحياة وجودة المنتجات المملوكة بحيث تستمر المنتجات في النمو وتكون قوية في التجارة في إندونيسيا (Maulana, 2019).

### 5.2. الاقتراحات لدراسة المستقبلية

من المتوقع أن يكون عدد العينات المستخدمة أكثر تحيزاً في الدراسات المستقبلية. مع مزيد من العينات ، ستكون نتائج تحليل البحث الذي تم الحصول عليه أكثر دقة. كما يُتوقع من الباحثين توسيع نطاق البحث عن طريق إضافة متغيرات مستقلة أو باستخدام مؤشرات جديدة من أجل الحصول على بيانات أو معلومات أكثر اكتمالاً حول العوامل التي تؤثر على قرارات شراء الملابس الإسلامية وفحص أماكن مختلفة.

## Referensi

- Abadi, M. K. R. (n.d.). Impact of Behavioral Factors and Ethical Investment on Investors' Financial Decision: Case on The Jakarta Islamic Index. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=Z9S3JwoAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=Z9S3JwoAAAAJ:UeHWp8X0CEIC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Z9S3JwoAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=Z9S3JwoAAAAJ:UeHWp8X0CEIC)
- Amirullah Haris Budiyo, *Prilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Prenada Media, 2004),
- Ari Anggara, F. (2019). Business Model in Islamic Microfinance: Case Study of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) La Tansa Gontor. *Business Model in Islamic Microfinance: Case Study of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) La Tansa Gontor*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=XZSUA-AAAAAJ:YOwf2qJgpHMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=XZSUA-AAAAAJ:YOwf2qJgpHMC)
- Astuti, R. Y., & Kurniawan, D. A. (2019). Analisis ekonomi Islam meninjau praktek transparansi top up (penambahan pinjaman) perbankan. Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics, 212–220. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:0EnyYjriUFMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:0EnyYjriUFMC)
- Data konveksi di Indonesia, dalam situs <http://kemenperin.go.id/statistik/> (diakses pada tanggal 23 september 2019,pukul 17.30 WIB)
- Djayusman, R., Anggara, F., Ihsan, N., & Kurniawan, D. (2019). Muslim Micro Entrepreneurs' Competency to Face Challenges in The Industrial Era 4.0. *International Conference on Business, Law and Pedagogy*,. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:qxL8FJ1GzNcChttps://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:qxL8FJ1GzNcC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:qxL8FJ1GzNcChttps://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:qxL8FJ1GzNcC)
- Djayusman, R., Anggara, F., Ihsan, N. H., & Kurniawan, D. A. (2019). Muslim Micro Entrepreneurs' Competency to Face Challenges in The Industrial Era 4.0. ICBLP 2019: Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law And Pedagogy, ICBLP 2019, 102. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:Oo2XoVZTnWC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:Oo2XoVZTnWC)
- Djayusman, R., Anggara, F., Ihsan, N., & Kurniawan, D. (2019). Business Model in Islamic Microfinance: Case Study of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) La Tansa Gontor. *International Conference on Business, Law and Pedagogy*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=XZSUA-AAAAAJ:YOwf2qJgpHMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=XZSUA-AAAAAJ:YOwf2qJgpHMC)
- Djayusman, R., Anggara, F.S.A, Ihsan, N., & Kurniawan, D. (2019). Muslim Micro Entrepreneurs' Competency to Face Challenges in The Industrial Era 4.0. *International Conference on Business, Law and Pedagogy*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=XZSUA-AAAAAJ:ufrVoPGSRksC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=XZSUA-AAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=XZSUA-AAAAAJ:ufrVoPGSRksC)
- Fasa, M. I., Aviva, I. Y., Firmansah, Y., & Suharto, S. (2019). CONTROVERSY ON RIBA PROHIBITION: MAQASHID SHARIAH PERSPECTIVE. *International Journal of Islamic Economics*, 1(2). <https://doi.org/10.32332/ijie.v1i02.1804>

- Fashion dalam Dunia Barat dalam situs Sumber:<http://Indonesiafashionweek.com> (diakses pada tanggal 22 september 2019 pukul 10.30)
- Fathurrahman, R. M. S. F., & Maulana, H. M. (2018). FACTORS THAT INFLUENCE STUDENTS' AWARENESS IN PARTICIPATING OF CASH WAQF. *Islamic Business and Management Journal*, 1(2). Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=nGZgGZcAAAAJ:eQOLeE2rZwMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=nGZgGZcAAAAJ:eQOLeE2rZwMC)
- Firmansah, Y., Rusli, L., & Maulana, H. (2019). PROFILING THE COMPETENCY OF NAZHIR WAQF: A CONCEPTUAL PAPER. 7th Asean Universities International Conference on Islamic Finance (AICIF). Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=BdmYXpYAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=BdmYXpYAAAAJ:Y0pCki6q\\_DkC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=BdmYXpYAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=BdmYXpYAAAAJ:Y0pCki6q_DkC)
- Hasil wawancara dari CEO reShare Rabbani ponorogo pada tanggal 28 september 2019 pada pukul 10.58
- Irawan Deny dan Edwin Japarianto, 2013 " *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya*", *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2,
- Jane Sweetly dan Jantje Sepang, 2019, " *Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike*", Vol. 7 No.3 Juli.
- Khoirudin, I. A., & Kurniawan, D. A. (2019). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA REGULER MEMILIH STUDI DI UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR. *Widya Warta*, 2(2). Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:R3hNpaxXUhUC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:R3hNpaxXUhUC)
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Printice Hall Inc. Ptc. Ltd. 1997.
- Kurniawan, D. A. (2019). Identifikasi Karakteristik Sektor Informal di Provinsi Jawa Timur. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 141–157. Retrieved from <http://repo.unida.gontor.ac.id/241/>
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampong Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *UNIDA Gontor Repository*, 5(2), 93–103. Retrieved from <http://repo.unida.gontor.ac.id/233/>
- Kurniawan, D. A., & Fajri, F. S. (2019). Analisis Implementasi Islamic Store Attributes dan Bauran Pemasaran dalam Perspektif Islam (Survey pada La-Tansa Gontor Departement Store Ponorogo). *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(2), 85–110. Retrieved from <http://repo.unida.gontor.ac.id/236/>
- Kurniawan, D. A., & Maemunah, H. (2019). Peningkatan Pendapatan Dan Daya Saing Produk Pada Usaha Mikro Melalui Strategi Packing, Branding Dan Online Marketing. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–37. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i1.466>
- Kurniawan, D., & Irwanto, M. (2018). Motivation Analysis On Customer Of Islamic Microfinance Institution (Case Study in BMT La-Tansa Gontor Ponorogo). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1). Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:KIAtU1dfN6UC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:KIAtU1dfN6UC)
- Kurniawan, D., & Setyanta, B. (2019). DOES RELIGIOSITY MODERATE THE INFLUENCE OF TRUST ON THE INTENTION TO USE SHARIA BANKING PRODUCTS. *Proceeding Intenational 7th AICIF UNIDA Gontor Indonesia*, 1(1). Retrieved from

- [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=0UP1gloAAAAJ:HDshCWvjkbEC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=0UP1gloAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=0UP1gloAAAAJ:HDshCWvjkbEC)
- Maulana, H. (2019). FAKTOR PENGHAMBAT AKSES JASA KEUANGAN DI WILAYAH MADIUN RAYA: STUDI EMPIRIS - UNIDA Gontor Repository. <http://repo.unida.gontor.ac.id/1300/>
- Maulana, H. M. (2019). MAQASHID SHARI'AH ON ISLAMIC MICROFINANCE AND THE ISSUES AND CHALLENGES IN PROMOTING ISLAMIC MICROFINANCE IN INDONESIA: A SCHOLAR'S PERSPECTIVE. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=nGZgGZcAAAAJ:roLk4NBRz8UC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=nGZgGZcAAAAJ:roLk4NBRz8UC)
- Maulana, H. M., Razak, D. A. R., & Adeyemi. (2018). Factors influencing behaviour to participate in Islamic microfinance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=nGZgGZcAAAAJ:qjMakFHDy7sC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=nGZgGZcAAAAJ:qjMakFHDy7sC)
- Maulana, H. M., Umam, K. U., Astuti, R. Y. A., Cahyo, E. N. K., & Faradisi, R. J. F. (2019). Environmental aspects of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *ICBLP 2019: Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law and Pedagogy, ICBLP 2019, 13-15 February 2019, Sidoarjo, Indonesia*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=nGZgGZcAAAAJ:zYLM7Y9cAGgC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=nGZgGZcAAAAJ:zYLM7Y9cAGgC)
- Maulana. (2019). Faktor Penghambat dalam Mengakses Pembiayaan pada Pengusaha Mikro di Karesidenan Madiun: *Second Order CFA.*, 12(3). Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=nGZgGZcAAAAJ:ljCSPb-OGe4C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=nGZgGZcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=nGZgGZcAAAAJ:ljCSPb-OGe4C)
- Nasrullah, Muhammad. 2015 "Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk". Vol. 13, Nomor 2, Desember.
- Philip Kotler dan Keller Kevin Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran*, 13th edn (Jakarta: Erlangga,).
- Setyanta, B., & Kurniawan, D. A. (2019). DOES RELIGIOSITY MODERATE THE INFLUENCE OF TRUST ON THE INTENTION TO USE SHARIA BANKING PRODUCTS. *UNIDA Gontor Repository*, 1(1), 1–131. Retrieved from <http://repo.unida.gontor.ac.id/999/>
- Syarif, S., Firmansyah, Y., & Rahman Abadi, M. (2019). ENABLING SUSTAINABILITY THROUGH KNOWLEDGE MANAGEMENT OF ISLAMIC SOCIAL FINANCE: THE EXPERIENCE OF UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR, INDONESIA. *7th Asean Universities International Conference on Islamic Finance (AICIF)*. Retrieved from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=BdmYXpYAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=BdmYXpYAAAAJ:YsMSGLbcyi4C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=BdmYXpYAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=BdmYXpYAAAAJ:YsMSGLbcyi4C)
- T.H Tambunan, 2015, *Perekonomian Indonesia Era Orde Lama Hingga Jokowi*, Ghalia, Bogor.
- Tata Sutabri, 2005, *Sistem Informasi Manajemen*, (Yogyakarta: Andi,)