

VOLUME 24, NO. 01, NOVEMBER 2023

Analisis

<https://asmistmaria.ac.id./wp/jurnal-analisis/>

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

**Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia ke India
Tahun 2000-2019**

I. Agus Wantara & Maria Anita Santana

**Analisis Titik Impas untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek
Studi pada Kedai Kopi Lima Suara Yogyakarta**

Agus Budi Raharjo, Jaro Kenya, & Endang Raino Wirjono

**Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Kemudahan terhadap
Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim Lokal**

Budi Santosa & Siti Zahra Sandini

**Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan terhadap
Kinerja Keuangan Perusahaan**

Widiastuti Lestari & I Gede Siswantaya

**Pengaruh Modal Anggota, Modal Lembaga dan Pinjaman terhadap
Sisa Hasil Usaha (SHU) pada KSP Credit Union Satu Hati Sendangrejo
Yogyakarta**

Susi Hermawanti & Cicilia Sehvi Cahyaningsih

Kinerja Keuangan

Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota di Sulawesi Tengah

Meylinda Rosari Dhanio & Heribertus Andre Purwanugraha

**Analisis Pengaruh NPL terhadap ROA & ROE
pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
Kantor Cabang Yogyakarta**

Anastasia Irmawati & Gregorius Jarot Windarto

**Electronic Human Resource Management (E-HRM)
pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0**

Indri Erkaningrum F.

**Strategi Intensifikasi Pajak Reklame
Melalui Pengurangan Pajak dan
Layanan Pajak Daerah (LPD) Secara Online
di Kota Yogyakarta**

Petrus Sutono

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ASM MARSUDIRINI SANTA MARIA YOGYAKARTA

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

Dewan Redaksi

Pelindung : Sr. M. Paula Suwarni OSF, S.Ag., M.Sos.
Pemimpin Redaksi : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.
Redaktur Pelaksana : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.
Dewan Redaksi : Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.
Drs. G. Jarot Windarto, M.M.
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.

Mitra Bestari : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

Administrasi & Sirkulasi : Bagas Dewa Prayudhi, A.Md

Alamat Redaksi

Kantor : Program Studi Manajemen
ASM Marsudirini Santa Maria
Jalan Bener 14, Tegalorejo, Yogyakarta

Telepon : (0274) 585836

Faksimile : (0274) 585841

Rekening Bank : Bank Niaga Cabang Sudirman
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

Berlangganan : Langsung menghubungi Alamat Redaksi
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi "Analisis" diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

Analisis

JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

DAFTAR ISI

Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia ke India Tahun 2000-2019 <i>I. Agus Wantara & Maria Anita Santana</i>	1
Analisis Titik Impas untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Studi pada Kedai Kopi Lima Suara Yogyakarta <i>Agus Budi Raharjo, Jaro Kenya, & Endang Raino Wirjono</i>	13
Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim Lokal <i>Budi Santosa & Siti Zahra Sandini</i>	23
Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan <i>Widiastuti Lestari & I Gede Siswantaya</i>	33
Pengaruh Modal Anggota, Modal Lembaga dan Pinjaman terhadap Sisa Hasil Usaha (SHU) pada KSP Credit Union Satu Hati Sendangrejo Yogyakarta <i>Susi Hermawanti & Cicilia Sehvi Cahyaningsih</i>	44
Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota di Sulawesi Tengah <i>Meylinda Rosari Dhanio & Heribertus Andre Purwanugraha</i>	58
Analisis Pengaruh NPL terhadap ROA & ROE pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta <i>Anastasia Irmawati & Gregorius Jarot Windarto</i>	71
Electronic Human Resource Management (E-HRM) pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 <i>Indri Erkaningrum F.</i>	84
Strategi Intensifikasi Pajak Reklame Melalui Pengurangan Pajak dan Layanan Pajak Daerah (LPD) Secara Online di Kota Yogyakarta <i>Petrus Sutono</i>	100

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENDAPATAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FESYEN MUSLIM LOKAL

Budi Santosa & Siti Zahra Sandini

Abstract

Influence of religious ease of purchasing decisions local muslim fashion Products In sampling, non-probability sampling and purposive sampling techniques were used, then the research data was primary data obtained from the results of distributing questionnaires online where 125 respondents were collected but after screening, only 114 were suitable for use. Respondents are consumers of local Muslim fashion products from brands, such as ZOYA, Rabbani, Shafira, Dian Pelangi, Elzatta, Meccanism, Vanilla Hijab, Samase, Carvil, Arjuna Weda, Emba Jeans, Two-D and others and live in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek). The tests carried out in this research are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression, t test (partial test), F test (simultaneous test, and coefficient of determination (R²). The results of the study show that Based on the t test carried out, the three variables including religiosity, income and convenience have a partially significant effect on consumer purchasing decisions for local Muslim fashion products. Meanwhile, based on the F test carried out, religiosity, income and convenience have a joint effect. Simultaneous impact on consumer purchasing decisions for local Muslim fashion products.

Keywords : *Religiosity, Income, Convenience, and Purchasing Decisions*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama universal dan komprehensif yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali aspek ekonomi. Penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan perekonomian nilai keadilan demi mencapai kemaslahatan manusia. Inilah yang kemudian membuat negara-negara di dunia termasuk negara non-muslim seperti Inggris tertarik untuk mengadopsi model bisnis Syariah dalam melakukan kegiatan ekonomi mereka. Industri halal yang mengusung dan mempromosikan nilai-nilai Syariah terus mengalami perkembangan secara global. Negara minoritas muslim seperti Thailand, Australia, Korea Selatan juga Cina yang mendominasi sektor-sektor seperti makanan, kosmetika, dan tekstil mulai tertarik untuk berkontribusi mengembangkan industri halal (Faried, 2019). Menurut Adiwarman Karim pada Faried (2019), untuk meningkatkan

pangsa pasar perbankan syariah diperlukan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah yang stabil dan berkelanjutan. Salahsatunya dengan mengembangkan sektor halal lain, seperti gaya hidup halal secara umum. Kini, gaya hidup halal menjadi tren dikalangan masyarakat. Tidak hanya para muslim yang menggunakan produk halal, non-muslim juga percaya untuk menggunakan produk halal karena adanya jaminan atas kebersihan dari produk yang dikonsumsi (Nurrachmi, 2018).

Di Indonesia, produk-produk yang tercakup dalam industri halal diatur di bawah Undang-Undang (UU) No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Berdasarkan undang-undang ini, produk halal tidak mencakup makanan dan minuman saja, tetapi juga obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan produk-produk yang dapat digunakan

serta dimanfaatkan oleh masyarakat dimana proses produksinya harus dijamin segala kehalalannya. Pakaian dipandang Islam sebagai penutup aurat dan perhiasan. Perhiasan disini berarti pakaian yang bagus, suci, dan bersih. Dimana pakaian yang digunakan haruslah menutup aurat, tidak melekat pada tubuh, tidak tembus pandang, dan tidak menyerupai lawan jenis (Purnamawati & Khasanah, 2020).

Ajaran ini menjadi dasar bagi muslim khususnya di Indonesia, yang dapat dikatakan sebagai negara yang menjunjung agama untuk berpakaian sesuai dengan tuntunan Islam. Hal ini dibuktikan dengan riset yang dilakukan Paw Research Center yang berjudul ‘*The Global God Divide*’ di tahun 2019 dimana sebesar 96 persen dari responden mengakui adanya hubungan antara kepercayaan kepada Tuhan dengan nilai moral seseorang dan 98 persen responden mengatakan bahwa agama itu penting dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, penduduk muslim di Indonesia memiliki kesadaran yang tinggi dalam menggunakan pakaian yang sesuai syariat Islam. Hal tersebut membuat pasar fesyen muslim akan selalu terjamin keberadaannya. Seperti adanya salah satu e-commerce bernama Evermos, yaitu sebuah platform digital berbasis syariah sebagai wadah penjualan produk – produk fesyen muslim. Evermos hadir untuk membantu pelaku – pelaku bisnis kecil dan individu dengan berkolaborasi bersama brand muslim dan reseller di Indonesia demi membangun ekonomi umat bersama.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memilih religiusitas, pendapatan dan kemudahan sebagai variabel penelitian dan penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh variabel – variabel tersebut terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk fesyen muslim lokal Indonesia. Maka dari itu, penulis kemudian akan melakukan penelitian

berjudul: “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim Lokal

B. Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen beragama Islam atas produk fesyen muslim lokal dari brand – brand, seperti ZOYA, Rabbani, Shafira, Dian Pelangi, Elzatta, Meccanism, Vanilla Hijab, Samase, Carvil, Arjuna Weda, Emba Jeans, Two-D, dan lainnya yang dimana tercakup dalam wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK).

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data diperoleh dari kuesioner yang telah disebarluaskan secara daring dan terkumpul data sebanyak 125 responden selama durasi ditentukan dimana bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK dan merupakan seorang konsumen produk fesyen muslim lokal dari brand, seperti ZOYA, Rabbani, Shafira, Dian Pelangi, Elzatta, Meccanism, Vanilla Hijab, Samase, Carvil, Arjuna Weda, Emba Jeans, Two-D, dan lainnya.

Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dimana tidak setiap individu dari populasi memiliki kesempatan yang sama besar untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Sementara dalam mengumpulkan data penelitian digunakan teknik purposive sampling, dimana dilakukan dengan pertimbangan – pertimbangan tertentu dan dapat mewakili populasi yang akan diteliti. Jumlah populasi dalam penelitian tidaklah teridentifikasi, maka dalam penentuan jumlah sampel yang diambil dari populasi dapat menggunakan rumus Rao Purba seperti berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4 (\text{moe}^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = Margin of Error minimal adalah tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang dapat ditoleransi sebesar 10%.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96,04 responden. Dalam penelitian ini, sampel yang terkumpul dari kuesioner sebanyak 125 data, tetapi setelah dilakukan penyaringan ditemukan hanya sebanyak 114 data yang layak digunakan, yaitu konsumen dari produk fesyen muslim lokal dari brand – brand, seperti ZOYA, Rabbani, Shafira, Dian Pelangi, Elzatta, Meccanism, Vanilla Hijab, Samase, Carvil, Arjuna Weda, Emba Jeans, Two-D, dan lainnya serta bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK.

2. Variabel Penelitian

Jenis variabel yang digunakan pada penelitian ini ada dua, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dipengaruhi oleh data dengan adanya keberadaan variabel bebas, sementara variabel bebas (independent variable) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat dan mengakibatkan adanya perubahan (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini, variabel terikat (dependent variable) yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y) dan variabel bebas (independent variable) atau dilambangkan dengan (X) terdiri dari:

- a. Religiusitas (X1)
- b. Pendapatan (X2)
- c. Kemudahan (X3)

3. Metode Analisis Data

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah suatu data yang ada itu valid atau tidak valid. Data yang valid adalah data yang sama benar dan nyata antara objek penelitian dengan data yang dapat disajikan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Validnya data dapat diukur dengan melakukan uji validitas terhadap butir – butir kuesioner dengan teknik Korelasi Product Moment oleh Karl Pearson dengan ketentuan jika r hitung $>$ r tabel maka butir kuesioner dapat dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka butir kuesioner dinyatakan tidak valid (Darmawan, 2013).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan dan kepercayaan dari suatu alat pengukuran. Reliabilitas itu berarti apakah ketika seseorang dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan kuesioner yang sama di waktu berbeda akan selalu memiliki jawaban yang konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus koefisien Cronbach's Alpha dengan ketentuan jika Cronbach's Alpha $>$ 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel, sebaliknya jika Cronbach's Alpha $<$ 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel (Suryani & Hendryadi, 2015).

4. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel terikat dan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian maupun keduanya terdistribusi dengan normal, mendekati normal atau tidak. Data yang baik adalah yang terdistribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Umar, 2013). Uji normalitas dilakukan dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan ketentuan jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka data terdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2013).

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi atau tidak

diantara variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Tidak adanya korelasi antara variabel bebas itu berarti adalah model regresi yang baik. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan ketentuan jika $VIF < 10$ maka dapat dinyatakan tidak adanya multikolonieritas, sebaliknya jika $VIF > 10$ maka dinyatakan adanya multikolonieritas (Ghozali, 2013).

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan variance dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah ketika variance suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut dengan homoskedastisitas (Ghozali, 2013). Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas atau tidak dapat dilihat dengan menggunakan pola scatter plot model atau uji Glesjer (Sugiyono, 2016).

C. Hasil dan Pembahasan

Kuesioner penelitian telah disebarakan secara daring menggunakan Google Form, dimana kemudian dari sejumlah 125 data yang terkumpul, setelah dilakukan penyaringan hanya 114 data yang layak digunakan. Responden merupakan masyarakat bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK dan memenuhi kriteria bahwa responden pernah membeli atau merupakan konsumen dari produk fesyen muslim lokal dari *brand – brand*, seperti ZOYA, Rabbani, Shafira, Dian Pelangi, Elzatta, Meccanism, Vanilla Hijab, Samase, Carvil, Arjuna Weda, Emba Jeans, Two-D, dan lainnya. Pernyataan untuk semua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) berjumlah 21 pernyataan, dimana variabel X₁, X₂, X₃ masing – masing memiliki 5 pernyataan dan variabel Y memiliki 6 pernyataan.

Sebelum dilakukan analisis, berikut adalah penyajian data – data dari respondenkonsumen produk fesyen muslim lokal sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan survey, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden konsumen produk fesyen muslim lokal berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 90 orang atau sebesar 79%.

2. Usia

Data mengenai usia dari responden konsumen produk fesyen muslim lokal Berdasarkan survey, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden konsumen produk fesyen muslim lokal berusia kurang dari 20 tahun dengan jumlah 54 orang atau sebesar 47%.

3. Pekerjaan

Data mengenai usia dari responden konsumen produk fesyen muslim lokal Berdasarkan survey dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden konsumen produk fesyen muslim lokal merupakan seorang pelajar/mahasiswa dengan jumlah 74 orang atau sebesar 65%.

4. Penghasilan

Data mengenai usia dari responden konsumen produk fesyen muslim lokal berdasarkan survey dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden konsumen produk fesyen muslim lokal berpenghasilan kurang dari Rp1.500.000 per bulan dengan jumlah 76 orang atau sebesar 67%.

5. Domisili

Data mengenai usia dari responden konsumen produk fesyen muslim lokal berdasarkan survey dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden konsumen produk fesyen muslim lokal berdomisili di Jakarta dengan jumlah 43 orang atau sebesar 38%.

Analisis Deskriptif Variabel

Kuesioner diberikan kepada responden berisi pertanyaan - pertanyaan dengan opsi jawaban berskala Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tanggapan Responden Variabel Religiusitas (X1)

Tabel 1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X1)

Pertanyaan	<u>Skor</u>					Jumlah
	STS	TS	N	S	SS	
X1.1	0	0	0	1	113	114
X1.2	0	0	1	5	108	114
X1.3	0	0	4	22	88	114
X1.4	0	0	3	11	100	114
X1.5	0	0	1	12	101	114
Jumlah	0	0	9	51	510	570
Persentase	0%	0%	2%	9%	89%	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel religiusitas memberikan skor Sangat Setuju (SS) sebesar 89%. Dengan demikian, dapat

dikatakan bahwa tingkat religiusitas memberikan pengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal.

Tanggapan Responden Variabel Pendapatan (X2)

Tabel 2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pendapatan (X2)

Pertanyaan	<u>Skor</u>					Jumlah
	STS	TS	N	S	SS	
X2.1	5	1	25	36	47	114
X2.2	2	7	35	33	37	114
X2.3	12	27	37	16	22	114
X2.4	2	4	26	39	43	114
X2.5	3	15	40	30	26	114
Jumlah	24	54	163	154	175	570
Persentase	4%	9%	29%	27%	31%	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel pendapatan memberikan skor Sangat Setuju (SS) sebesar 31%. Dengan demikian,

dapat dikatakan bahwa jumlah pendapatan yang dimiliki konsumen memberikan pengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal.

Tanggapan Responden Variabel Kemudahan (X3)

Tabel 3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan (X3)

Pertanyaan	Skor					Jumlah
	STS	TS	N	S	SS	
X3.1	1	4	12	39	58	114
X3.2	0	3	9	34	68	114
X3.3	0	2	9	42	61	114
X3.4	0	2	10	35	67	114
X3.5	0	3	11	33	67	114
Jumlah	1	14	51	183	321	570
Persentase	0%	2%	9%	32%	56%	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel kemudahan memberikan skor Sangat Setuju (SS) sebesar 56%. Dengan demikian,

dapat dikatakan bahwa kemudahan dalam akses pembelian memberikan pengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	Skor					Jumlah
	STS	TS	N	S	SS	
Y.1	0	3	9	43	59	114
Y.2	0	0	10	38	66	114
Y.3	0	4	20	36	54	114
Y.4	0	3	7	45	59	114
Y.5.	0	1	17	45	51	114
Y.6	0	1	16	40	57	114
Jumlah	0	12	79	247	346	684
Persentase	0%	2	12%	36	51	100%
		%		%	%	

Berdasarkan hasil analisis data tanggapan responden terhadap variabel

keputusan pembelian seperti yang disajikan pada tabel di atas.

Uji Instrumen Penelitian (Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan dan kepercayaan dari suatu alat pengukuran. Reliabilitas itu berarti apakah ketika seseorang dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan kuesioner yang sama di waktu berbeda akan selalu memiliki atas menunjukkan bahwa 51% responden sangat setuju untuk melakukan pembelian

atas produk fesyen muslimlokal. jawaban yang konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus koefisien *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel (Suryani & Hendryadi, 2015). Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r tabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,610	0,6	Reliabel
Pendapatan (X2)	0,723	0,6	Reliabel
Kemudahan (X3)	0,898	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,879	0,6	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa setiap variable yaitu religiusitas (X1), pendapatan (X2), kemudahan (X3), dan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,6 maka setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel terikat dan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian maupun keduanya terdistribusi dengan

normal, mendekati normal atau tidak. Data yang baik adalah yang terdistribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Umar, 2013). Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka data terdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

Unstandardized Residual		
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17634294
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.062
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		1.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.226

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel di atas menunjukkan bahwa *Asymp Sig (2-tailed)* senilai 0,226

yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk dapat mengetahui apakah setiap masing – masing variabel bebas yang digunakan berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat secara parsial atau individual (Sunyoto, 2012). Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara

parsial dari variabel bebas, yaitu religiusitas (X1), pendapatan (X2), dan kemudahan (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Uji t dilakukan dengan kriteria jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Tabel 7. Uji t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.638	4.498		-1.698	.092
Religiusitas	.639	.194	.204	3.299	.001
1 Pendapatan	.260	.063	.269	4.127	.000
Kemudahan	.605	.071	.551	8.552	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung masing – masing variabel meliputi religiusitas (X1) sebesar 3,299, pendapatan (X2) **Uji Simultan (Uji F)** sebesar 4,127, dan kemudahan (X3) sebesar 8,552, dimana sementara nilai t_{tabel} sebesar 1,981

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas yang digunakan dalam penelitian berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara simultan atau bersama – sama (Sunyoto,

2012). Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan dari variabel bebas, yaitu religiusitas (X1), pendapatan (X2), dan kemudahan (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Uji F dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikan $\alpha \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $\alpha \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2016). Uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	893.805	3	297.935	61.232	.000 ^b
	Residual	535.221	110	4.866		
	Total	1429.026	113			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Religiusitas, Pendapatan

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 61,232, dimana sementara nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 sebesar 2,69. Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung > F tabel dimana $61,232 > 2,69$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 ditolak artinya religiusitas, pendapatan, dan kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Ini dapat terjadi dikarenakan keyakinan bahwa dalam berpakaian sesuai syariat Islam didukung oleh model produk fesyen muslim lokal yang sesuai syariat Islam, kemudian kebiasaan mengalokasikan pendapatan untuk konsumsi produk fesyen muslim lokal serta harga produk fesyen muslim lokal yang sesuai dengan jumlah pendapatan, ditambah kemudahan akses pembelian yang dapat dilakukan melalui e-commerce dan sosial media sehingga lebih praktis dan efisien menjadi hal – hal yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian atas produk fesyen muslim lokal.

D. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini tentang bagaimana pengaruh religiusitas, pendapatan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim lokal baik secara parsial maupun secara simultan melalui uji t dan uji F. Berdasarkan uji t yang

dilakukan, variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal. Berdasarkan uji t yang dilakukan, variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal. Berdasarkan uji F yang dilakukan, religiusitas, pendapatan, dan kemudahan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen atas produk fesyen muslim lokal.

Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengeksplorasi variabel penelitian lainnya, meningkatkan jumlah sampel maupun memperluas wilayah kajian. Selain itu, dalam penelitian ini disebutkan bahwa meningkatnya daya beli karena adanya peningkatan kesadaran dalam berpakaian sesuai syariat Islam. Penelitian selanjutnya dengan pendekatan kualitatif mungkin diperlukan untuk mengeksplorasi dan membuktikan apakah tingkat kesadaran sudah terealisasi dan sejalan dengan perilaku mereka untuk berpakaian secara Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Faried, A. I. (2019). Implementasi Model

- Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(2).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Nurrachmi, R. (2018). *The Global Development of Halal Food Industry: A Survey*. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 11(1).
<https://doi.org/10.30993/tifbr.v11i1.113>
- Purnamawati, A. M., & Khasanah, R. (2020). *Halal Fashion: Construction and Potential Industry of Batik Pamekasan in Development of Halal Industry*. *Second Conference*, November.
<https://conference.trunojoyo.ac.id/aciel/2nd/paper/viewPaper/6>
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Prenada Media Group. *Transaksi Produk Fesyen Muslim di Tokopedia Meningkatkan 2x Lipat - Tokopedia Blog*. (n.d.)
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Rajawali

BIODATA PENULIS

I. Agus Wantara, dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Program Sarjana Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. S₂ diselesaikan di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

Maria Anita Santana, mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dominicus Agus Budi Raharjono, lahir di Yogyakarta, 6 Agustus 1967. Pada tahun 1992 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta, dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1994 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Sistem Pengendalian Manajemen, Akuntansi Manajemen, dan Teori Portofolio dan Analisis Investasi.

Jaro Kenya, mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan telah yudisium bulan November 2021.

Endang Raino Wirjono, lahir di Pekalongan 24 Agustus 1970. Pada tahun 1994 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1994 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Praktik Akuntansi, Akuntansi Biaya, dan Manajemen Risiko.

Budi Santosa, Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma (*Gunadarma University*). Penulis dapat dihubungi melalui email budi6947@gmail.com

Siti Zahra Sandini, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma (*Gunadarma University*). Penulis dapat dihubungi melalui email zahra.sasan@gmail.com

Widiastuti Lestari, lahir di Pekalongan, 10 Maret 2000. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2022.

I Gede Siswantaya, lahir di Singaraja, 12 Oktober 1959. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 1990. Menyelesaikan pendidikan S2 Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2007. Tahun 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Akuntansi Pengantar, Akuntansi Keuangan Menengah, Akuntansi Lanjutan, Akuntansi Kombinasi Bisnis dan Praktik Akuntansi

MA. Susi Hermawanti, lahir di Pekalongan 6 Maret 1968. Menyelesaikan S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S2 Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

Cicilia Sehvi Cahyaningsih, mahasiswa Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta dan telah diwisuda pada bulan September 2023.

Meylinda Rosari Dhanio, mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, telah yudisium Bulan Agustus 202.

Heribertus Andre Purwanugraha, lahir di Yogyakarta, Februari 1975, adalah seorang tenaga pendidik tetap di Program Studi Akuntansi, Departemen Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh Fakultas Ekonomi), Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1997 dan menyelesaikan Program Master Business Administration di bidang Public Finance, Graduate School of Business, Assumption University, Bangkok, Thailand tahun 2003. Penulis memiliki pengalaman meneliti di bidang Keuangan untuk organisasi nirlaba dan pernah menerbitkan Buku Akuntansi Sektor Publik sebagai bahan ajar mata kuliah. Penulis memiliki pengalaman mengajar untuk mata kuliah Akuntansi Biaya, Manajemen Biaya, Praktek Akuntansi. Di bidang seni, beliau adalah penggiat di bidang musik dan seni suara utamanya di paduan suara.

Anastasia Irmawati, mahasiswa Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta dan telah diwisuda pada bulan Oktober 2022.

G. Jarot Windarto, lahir di Yogyakarta pada tanggal 27 Februari 1965. Tahun 1991 menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1996 menyelesaikan Pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Penulis memiliki pengalaman mengajar untuk mata kuliah Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasi, Etika Bisnis dan Pengantar Bisnis. Jabatan Fungsional: Lektor Penata III/c.

Indri Erkaningrum F., SE., M.Si, dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta sejak 1995 dengan jabatan fungsional akademik Lektor Kepala. Program Sarjana Jurusan Manajemen diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1994 dan menyelesaikan program Magister Sains Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 2002. Penulis mempunyai pengalaman mengajar pada Program Studi Manajemen, Administrasi Perkantoran, dan *Public Relations* ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, menjadi dosen tidak tetap pada beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta, dan menjadi nara sumber pelatihan. Artikel-artikel penulis telah dipublikasikan di majalah populer, koran, prosiding, dan jurnal-jurnal perguruan tinggi. Penulis dapat dihubungi melalui email indrierkaningrum@gmail.com.

Petrus Sutono, lahir di Sleman tanggal 16 Juni 1970. Tahun 1996 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1998

menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2011 Menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Studi Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak tahun 1998 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu adalah Perpajakan, Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan, dan Perilaku Konsumen.

PEDOMAN PENULISAN

BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.

7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata marjin sebelah kanan.

DOKUMENTASI

A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa"
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
 - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
 - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
 - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
 - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
 - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
 - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
 - a. Majalah
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
 - b. Jurnal
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.

- d. Kumpulan Tulisan
Jika nama penulis diketahui:
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi
Sanusi,E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- f. Artikel On-Line
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available [http:Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html](http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html)

CATATAN KAKI

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.
4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.