

ABSTRAK

Siti Mulyati (1420210184) Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian Merek dan Religiusitas terhadap Minat Pembelian Hijab Rawis (Studi Kasus Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kudus).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas terhadap minat pembelian hijab rawis Mahasiswi IAIN Kudus. Gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas merupakan faktor-faktor yang sangat penting terhadap minat pembelian konsumen hijab rawis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penentuan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswi IAIN Kudus angkatan 2017. Ada 5 fakultas yaitu fakultas dakwah 166 mahasiswi, fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) 488 mahasiswi, fakultas syari'ah 53 mahasiswi, fakultas tarbiyah 826 mahasiswi, dan fakultas ushuluddin 74 mahasiswi. Dari 5 fakultas tersebut diambil sampel 234 pada mahasiswi secara acak untuk dijadikan responden.

Data yang diperoleh berupa jawaban dari responden kemudian di analisis

menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian hijab rawis pada Mahasiswi IAIN Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Kata kunci : *Gaya hidup, kepribadian merek, religiusitas, minat pembelian.*