

ABSTRAK

Perkembangan busana muslim di Indonesia semakin pesat seiring meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk yang sesuai syariat dan tren mode modern. Faktor ekonomi seperti pendapatan, harga, diskon, serta promosi melalui TikTok live diyakini memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian busana muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keempat faktor ekonomi tersebut baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Kota Semarang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden masyarakat Muslim di Kota Semarang yang pernah membeli busana muslim melalui TikTok. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS Statistics 29.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, harga, diskon, dan promosi melalui TikTok live berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Kota Semarang. Uji simultan membuktikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,792 mengindikasikan bahwa 79,2% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen. Di antara variabel yang diteliti, harga merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian busana muslim.

Kata kunci: pendapatan, harga, diskon, promosi melalui TikTok live, keputusan pembelian