

**ANALISIS TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MODEL JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi
Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

RAMATIYAH

NIM. 15.0401.0098

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

**ANALISIS TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MODEL JILBAB (Studi Kasus Mahasiswi
Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Diajukan Oleh:

**RAMATIYAH
NIM. 15.0401.0098**

Dibimbing oleh:

1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M.
2. Ilham, S.Ag., MA

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Analisis Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Model Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)" yang ditulis oleh Ramatiyah, NIM. 15 0401 0098 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, 12 Agustus 2019 M. bertepatan dengan 11 Dzulhijah 1440 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 22 Agustus 2019 M
21 Dzulhijah 1440 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji I | (.....) |
| 4. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Ilham, S.Ag., M.A | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2001



Dr. Pasih, M.EI
NIP. 19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramatiyah
NIM : 15.0401.0098
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau karya pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya, bila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Maret 2019

Yang membuat pernyataan,


Ramatiyah

NIM.15.0401.0098

PRAKATA



Assalamu 'alaikum Wr...Wb...

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Yang Maha Kuasa. Hanya atas berkatnya Rahmat-Nya penulis dapat mengerjakan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada baginda Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau.

Skripsi yang berjudul “**Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Model Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)**”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak mendapatkan bimbingan, saran, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua penulis Sunardi dan Ponisem, yang sungguh penulis tak mampu membalas setiap pengorbanannya selama ini, yang telah mempertaruhkan seluruh hidupnya untuk kesuksesan anaknya, pada kesempatan yang baik ini, penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo dan Dr. H. Muammar Arafat, M.H., selaku Wakil Rektor 1, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor II. Dan Dr. Muhaemin, M.A., selaku Wakil Rektor III IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Ramlah Makulasse M., M.M., selaku Dekan Fakultas FEBI, Wakil Dekan I, Muhammad Ruslsan Abdullah, S.E.I., Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., dan Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. dan beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Pembimbing I Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan pembimbing II Ilham, S.Ag., M.A yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Penguji I Burhan Rifuddi, SE., M.M dan penguji II Muzayyaah Jabani, ST., M.M yang telah memberikan pertanyaan serta masukan kepada penulis.
6. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa melayani dalam pengurusan segala keperluan dalam penyelesaian studi.
7. Para Dosen dan Pegawai di Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.
8. Kepala perpustakaan dan seluruh staf perpustakaan yang telah membantu dengan meminjamkan buku yang dibutuhkan oleh penulis.
9. Bupati Luwu Timur Ir. H. Muh. Thorig Husler dan Wakil Bupati Luwu Timur Irwan Bachri Syam, ST yang telah memberikan sumbangan

beasiswa, guna membatu kebutuhan penulis dalam berbagai keperluan perkuliahan.

10. Mahasiswi FEBI terkhususnya teman-teman dari ekonomi syariah angkatan 2017 yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi angket dari penulis.
11. Teman-teman seperjuangan dikampus IAIN Palopo angkatan 2015 terkhusus teman-teman kelas yang sama-sama berjuang dalam penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman yang ada diperumahan Saudi Permai Palopo
13. Keluarga yang telah membantu penulis serta memberikan semangat.
14. Dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini disusun oleh saya dengan beragai halangan, baik itu yang datang dari dalam ataupun yang datang dari luar. Tetapi, dengan penuh kesabaran serta terlebih pertolongan dari Allah SWT selanjutnya skripsi ini bisa teratasi. Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan semoga dengan selesainya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, Amin.

Demikianlah yang dapat saya paparkan dalam skripsi ini jika ada kata-kata yang kurang baik mohon dimaafkan, sekian dan terimakasih.

Palopo, 01 Juli 2019

Ramatiyah
NIM:15.0401.0098

ABSTRAK

Ramatiyah 2019 : Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Model Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017). Skripsi, program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Palopo, pembimbing I Dr. Ahmad Syarif Iskandar, SE., M.M. dan pembimbing II Ilham, S.Ag., M.A

Kata Kunci: Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui analisis tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab pada mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2017. Jilbab banyak digunakan oleh muslimah dari berbagai kalangan seperti mahasiswi terkhususnya. Model jilbab yang berkembang dikalangan indonesia terdiri dari dua macam yaitu jilbab syar'i dan non syar'i.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang diperoleh dari hasil sebaran angket yang dilakukan oleh penulis terhadap mahasiswi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif korelasional dengan teknik penarikan sampel *purposive sampling* yaitu teknik penentuan *sample* dengan pertimbangan tertentu untuk mendeskripsikan suatu gejala atau masalah tertentu. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2017 sebanyak 61 orang.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, pengaruh tingkat religiusitas dalam pengambilan keputusan pembelian model jilbab mahasiswi IAIN Palopo mempunyai pengaruh rendah. Dan hasil analisis yang diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 21,000 + (-0,534X)$. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,758$ dan nilai $F_{tabel} = 2,52$, diambil keputusan bahwa H_0 ditolak karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya ada hubungan yang signifikan antara pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Akan tetapi Indonesia bukan Negara yang berasaskan islam. Sebagai wanita muslim, tentunya kita harus memperhatikan berbagai hal yang berkaitan dengan nilai-nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian pada wanita adalah cara mengenakan jilbab. Hal ini berpengaruh dengan semakin banyaknya model jilbab, kini telah mempengaruhi seseorang untuk tampil modis dan trendy namun tetap dalam syariat islam.¹ Fenomena ini memberikan peluang bisnis bagi setiap orang, diantaranya bisnis jilbab yang saat ini banyak diburu oleh banyak konsumen khususnya para kaum hawa.

Religiusitas merupakan sebuah pengetahuan yang dimiliki setiap orang, dimana seberapa kokoh keyakinan, seberapa mantap pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa besar pengetahuan atas agama yang diyakininya.² Bagi sorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari perilaku keberagaman seseorang yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Seorang muslim yang memiliki religiusitas akan memiliki aqidah yang kuat, ibadah yang mantap, serta perilaku keseharian yang sesuai dengan ajaran agamanya. Segala amalan yang dilakukan, baik hubungan dengan Allah maupun

¹ Nur Khaerat Sidang, "Fenomena Trend Fashion Jilbab dalam Keputusan Pembelian Jilbab (Study pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam)", UIN Alauddin Makassar, 2016. h.1

² Siska Zurtha Farida, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Motivasi Berjilbab (Study pada Siswi Kelas X di SMA N 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)". Jurnal Pendidikan Agama Islam, 2012. h.16

hubungan dengan sesama manusia pastinya selalu dimotivasi oleh agama dan niat karena Allah ta'ala. Agama islam dianggap sebagai agama yang menyeluruh, mencakup kehidupan jasmani, rohani dan juga menyangkut kehidupan dunia dan akhirat.

Allah telah memerintahkan kepada kaum wanita untuk menutup auratnya, seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Kerudung atau jilbab merupakan sebuah kain yang digunakan sebagai penutup aurat seorang wanita, yang menutup seluruh tubuh dari ujung kepala sampai keujung kaki untuk membedakan wanita yang muslim dan non-muslim.

Seiring dengan perkembangan zaman, pemakaian jilbab yang dulunya hanya untuk menutupi aurat sekarang beralih menjadi trend fashion untuk tampil lebih menarik namun tetap dalam syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya gaya penampilan busana wanita berjilbab yang semakin banyak bervariasi dan model berjilbabnyapun beragam.³

Usaha bisnis jilbab setiap tahunnya berkembang pesat sehingga muncul berbagai model dan merek-merek baru. Dalam hal ini, banyak kalangan mahasiswi yang berlomba-lomba untuk memiliki model jilbab terbaru tersebut. Dengan tingkat religiusitasnya masing-masing mahasiswi, mereka memilih dan mengambil keputusan pembelian dengan teliti guna mendapatkan model jilbab yang sesuai untuk mereka kenakan diluar lingkungan masyarakat khususnya dilingkungan kampus.

³ Taruna Budiono, Sri Widowati Herieningsih, Triono Lukmantoro, "Pemaknaan Trend Fashion Berjilbab Ala Hijabers oleh Wanita Muslimah Berjilbab", Jurnal3.Undip.ac.id. Agustus 2013, vol.1, No.3

Penjualan merupakan suatu aktivitas atau bisnis menawarkan barang atau jasa kepada para konsumen sebagai sasarannya. Persaingan perusahaan untuk menarik minat konsumen pada produk yang diproduksi tidak lagi hanya terbatas pada satu produk saja melainkan banyak produk yang dapat membingungkan para konsumen untuk mereka ambil keputusan memilih salah satunya.

Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu tindakan memilih barang yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk memiliki barang tersebut. Keputusan memilih dapat kita sadari bahwa terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi barang yang diinginkan.

Hal ini mengakibatkan mahasiswi aktif mencari informasi lebih banyak untuk mengetahui produk yang diminatinya.⁴ Jilbab saat ini telah mempengaruhi penampilan seorang wanita baik dikalangan mahasiswi dan juga di masyarakat. Jilbab saat ini telah menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang wanita untuk mengambil keputusan memakai jilbab itu sendiri.

Jilbab wajib dikenakan bagi seorang wanita terkhususnya ketika sudah mengalami menstruasi/baliq. Akan tetapi sebagian besar dari mereka ada yang sama sekali tidak mengenakannya, dan bahkan ada pula dari mereka yang menggunakan jilbab bukan karena niat dari diri mereka melainkan hanya mengikuti trend. Sehingga mereka beranggapan bahwa yang apa yang dia kenakan itu sudah sesuai dengan perkembangan jaman saat ini.

Dalam pengambilan keputusan pembelian jilbab mahasiswi tentunya berfikir, jilbab model apa yang akan dia kenakan, apakah jilbab model syar'i atau

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan kedelapan, (Jakarta;Raja Grafindo Persada), Salemba Empat, 2008,hal.322

non syar'i. Sekarang ini banyak kita lihat dan kita temui bahwa sebahagian dari mahasiswi ada yang berjilbab tetapi masih meninggalkan sholat dan puasa. Mereka berjilbab tetapi tidak pernah membaca Al-qur'an atau bacaannya masih kurang baik, berjilbab tapi sikapnya tidak mencerminkan perilaku seorang muslimah, bahkan akhlak dan perilakunya jauh dari syariat islam, tentunya hal ini justru merusak citra islam dimata umum.

Seharusnya mahasiswi itu mempunyai niat yang tulus, sehingga dengan berjilbab, mahasiswi bisa lebih meningkatkan religiusitasnya. Melihat dari permasalahan diatas, saya selaku penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul "*Analisis Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Model Jilbab*". (studi kasus mahasiswi prodi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui asosiasi tingkat religiusitas dalam keputusan pembelian model jilbab (studi kasus mahasiswi prodi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017).

B. Rumusan Masalah

Ada beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat religiusitas mahasiswi ekonomi syariah terhadap keputusan pembelian model jilbab.
2. Analisis tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat religiusitas mahasiswa ekonomi syariah
2. Untuk mengetahui analisis tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang jelas tentang ada atau tidaknya hubungan antara tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab mahasiswa ekonomi syariah. Informasi tersebut diharapkan mampu memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa ekonomi syariah dan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat pada umumnya mengenai maraknya trend jilbab dalam meningkatkan religiusitas seseorang khususnya mahasiswa ekonomi syariah. sehingga Penelitian ini berguna dalam menambah khazanah keilmuan tentang preferensi mahasiswa sebagai konsumen dalam membeli jilbab.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti
 - a) Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan study program sastra satu
 - b) Memberikan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman penulis tentang asosiasi tingkat religiusitas dan keputusan pembelian model jilbab mahasiswa ekonomi syariah.
2. Bagi akademik

Hasil penelitian guna sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam memproduksi karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di Institut Agama Islam Negeri Palopo.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan konsep yang mempunyai nilai yang bermacam-macam. Suatu konsep dapat diubah menjadi variabel dengan cara memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri.

Dalam penelitian ini variabel-variabel penelitiannya yaitu:

1. Variabel Dependen (variabel tidak bebas) : Adapun variabel dependen dari penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).
2. Variabel Independen (variabel bebas) : Dalam penelitian ini variabel independennya, yaitu tingkat religiusitas (X)

Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk menjabarkan variabel-variabel yang timbul dalam suatu penelitian kedalam indikator-indikator yang lebih terperinci. Definisi operasional diperlukan untuk menghindari terjadinya kekeliruan interpretasi pembaca teradap variabel atau istilah-istilah yang terdapat didalam judul. Dalam penelitian ini untuk memperoleh gambaran yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap apa yang terkandung dalam skripsi ini, maka perlu diperjelas dan dibatasi pengertiannya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Variabel	Defenisi	Indikator
Religiusitas	1. Sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku	a. Keyakinan b. Praktik agama

	<p>yang terlembagakan, yang semua berpusat pada persosalan-persoalan yang dihayati sebagai sesuatu yang paling maknawi.</p> <p>2. Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.</p> <p>3. religiusitas mahasiswi adalah keberagaman mahsiswi yang dapat dilihat dari perilaku keberagaman yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p>4. Religiusitas mahasiswi merupakan keberagaman, yaitu seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa mantap pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan sebarapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya . selain itu penulis juga memfokuskan</p>	<p>c. Aspek akhlak</p> <p>d. Aspek ibadah</p>
--	---	---

	<p>religiusitas mahasiswi pada dimensi ritual (ibadah), dan akhlak.</p>	
Keputusan pembelian	<p>1. Keputusan pembelian adalah Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk.</p> <p>2. keputusan pembelian merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.⁵ Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seorang konsumen harus memilih produk dan/atau jasa yang akan dikonsumsinya.</p>	<p>a. Pencarian informasi</p> <p>b. Kebutuhan</p> <p>c. Keyakinan keputusan</p> <p>d. Membeli</p>

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h. 120

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam hal ini peneliti mengambil skripsi dan jurnal sebelumnya sebagai penelitian terdahulu yang relevan :

1. Nur Khaerat Sidang “Fenomena Trend Fashion Jilbab dalam Keputusan Pembelian Jilbab (Study pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. untuk mengetahui mengapa para mahasiswi memakai jilbab tapi tidak sesuai dengan syariat islam.
- b. Untuk mengetahui apa alasan mahasiswi jurusan ekonomi islam angkatan 2014 memilih dan mengikuti trend fashion dalam berjilbab.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar dampak dari fenomena trend fashion jilbab terhadap keputusan pembelian jilbab mahasiswi jurusan ekonomi islam angkatan 2014

Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif, yang bersifat kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan dengan menganalisa, meringkas sebagai kondisi situasi atau fenomena sosial yang ada dimasyarakat khususnya mahasiswa. Sumber data dalam penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Dalam menjawab permasalahan tersebut metode yang digunakan penulis menggunakan pendekatan fenomenologi dan syar’i.

Berdasarkan penelitian ini memiliki beberapa persamaan diantaranya dalam pemakaian model jilbab syar’i dan non syar’i. Memiliki tujuan yang

hampir sama namun demikian penelitian tersebut memiliki beberapa perbedaan yaitu Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian yang saya gunakan tergolong penelitian kuantitatif deskriptif.

d. Nuha Azizah “Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Memakai Jilbab Gaul pada Mahasiswi Universitas Diponegoro”.⁶

Individu yang mempunyai keyakinan, pemahaman, penghayatan, pelaksanaan ibadah, dan pengetahuan agama, maka ia akan berusaha untuk melaksanakan apa yang diperintahkan menjauhi segala hal-hal yang dilarangnya. Dari beberapa penelitian yang dikemukakan diatas, dapat dilihat bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kajian yang berbeda, walaupun ada beberapa bagian yang mempunyai kajian yang sama pada beberapa tema tersebut.

Akan tetapi yang dikaji oleh penulis, lebih diberatkan kepada pengaruh pembelian terhadap tingkat religiusitas pengambilan keputusan memakai jilbab mahasiswi study ekonomi syariah (yang dituju yaitu mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2017). Persamaan penelitian ini terletak pada pokok permasalahan.

e. Siska Zurtha Farida “Pengaruh Religiusitas Terhadap Motivasi Berjilbab (study pada siswi kelas X di SMA Negeri 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat religiusitas siswa dan tingkat motivasi berjilbab siswa putri kelas X SMA Negeri 1 Suruh Kabupaten Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif . adapun subyek

⁶ Azizah Mas’ud, Prasetya Budi Widodo, “Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Memakai jilbab Gaul Pada Mahasiswi Universitas Diponegoro, Jurnal Empati, Oktober 2015, vol.4(4), hal.309-314

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas siswa putri kelas X SMA Negeri 1 Suruh Kabupaten Semarang. Dan dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode dokumentasi dan metode angket.

Berdasarkan penelitian ini memiliki beberapa persamaan diantaranya ialah dari judul, memiliki pembahasan yang sama mengenai religiusitas dalam memakai jilbab dan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Adapun perbedaan yaitu lokasi penelitian SMA Negeri 1 Suruh Kabupaten Semarang namun saya meneliti dikampus IAIN Palopo .

B. Kajian Teori

1. Teori Jilbab

a) Pengertian jilbab

Al-munjid mengatakan “jilbab” adalah gamis atau baju panjang kitab mufrad karya al-Raghib sebuah kitab yang khusus menjelaskan lafal-lafal Al-Qur’an al-Karim secara rinci menyebutkan al-Jalabib (jamak dari kata jilbab) adalah baju dan kerudung. Menurut kamus: jilbab sama dengan gamis dan baju lebar bagi wanita, tanpa mantel atau yang menutupi pakaiannya dari atas seperti selimut, atau sama juga kerudung.⁷

Berjilbab berasal dari kata jilbab. Arti jilbab itu sendiri merupakan sebuah kain lebar yang digunakan untuk menutupi kepala, leher, dan dada bagi

⁷ Murtadha Muthahhari, *Mas’alah Al-Hijab* Diterjemahkan Oleh Ja’far Shadiq Al-Khalili Dengan Judul *Wanita Dan Hijab*, (Cet. 1; Jakarta: Lentera, 2000), h. 151.

seorang wanita. Jilbab yang dipakai berdasarkan atas kesadaran dapat membentuk perilaku dan pribadi seorang wanita yang berakhlak mulia.⁸

Seiring berkembangnya dunia fashion muslimah, model-model jilbab semakin beragam. Kita sebagai wanita muslim tentunya jenuh jika model jilbab yang kita kenakan hanya itu-itu saja. Tentunya kita butuh sesuatu yang baru supaya tetap percaya diri dalam berbusana khususnya dalam memakai jilbab.

Perintah berjilbab dapat dilihat dan disimak dalam Q.S Al-Ahzab/59

يٰٓأَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ

ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴿٥٩﴾

Terjemahnya:

“Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”⁹

Ditunjukkan firman tersebut kepada Nabi SAW, istri-istri dan putri-putri beliau serta istri-istri orang mukmin menunjukkan bahwa seluruh wanita muslimah dituntut menjalankan perintah ini tanpa adanya pengecualian sama sekali. Tatkala ayat ini turun, maka wanita-wanita Anshar pun keluar rumah dan seakan diatas kepala-kepala mereka itu terdapat gagak karena pakaian (jilbab hitam) yang mereka kenakan.

⁸ Airlangga dan M.Yudhi R Haryono, *post islam liberal*,(PT.GUGUS PRESS, Jakarta 2002),h.268.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Cet. X; Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), h.426

Maksud dari hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka, adalah berpenutup dengannya artinya, apabila seorang wanita ingin keluar dari rumah harus mengenakan jilbab. Otomatis lafal yudnina bukan bermakna mengenakan, akan tetapi yang dimaksud adalah mendekatkan ujung-ujung jilbab untuk menggunakannya sebagai penutup secara baik dan tidak membiarkannya bebas. Adapun wanita yang memanjangkan ujung-ujung jilbabnya dan tidak membiarkannya tersingkap, yang berarti menunjukkan bahwa dirinya seorang yang santun dan menjaga kesucian dirinya, sehingga dengan demikian dapat menjauhkan antara dirinya dengan orang lain dan membuat putus asa orang-orang yang ingin menggangukannya.

Adapun jenis model jilbab diantaranya:

a. Jilbab syar'i

Menurut Ibn Rajab dalam Fathul Bari menjelaskan, Jilbab adalah mula'ah yang menutupi seluruh badan, dirangkap di atas al tsaub (baju rumah). Biasa dikenal dengan sebutan izar. Kemudian Al-Biqā'i dalam tafsirnya menjelaskan bahwa tiada ulama yang salah dalam mengartikan jilbab. Karena jilbab adalah segala jenis pakaian longgar yang dapat menutupi seluruh tubuh muslimah (Al-Qamish).¹⁰

Berdasarkan pendapat-pendapat dari para ulama mengenai jilbab, maka dapat disimpulkan bahwa jilbab adalah pakaian luar yang menutupi seluruh tubuh seperti halnya baju kurung atau gamis. Sehingga muslimah yang hendak

¹⁰ Nasla Putri uteri, Nina Siti Salmaniah Siregar, "Pemaknaan Penggunaan Jilbab Syar'i Dikalangan Mahasiswa Psikologi (Study pada Forum Mahasiswa Islam Psikologi (Formasi) Ar-Ruuh Universitas Medan Area)", Jurnal Simbolika, Jakarta 2015, Vol.1, No.1

berpakaian sesuai dengan syariat adalah menggunakan baju kurung atau gamis (jilbab) yang menutupi seluruh tubuh serta kerudung (khimar) sebagai penutup kepala yang terulur hingga dada, inilah yang kemudian disebut hijab syar'i.

Adapun syarat hijab syar'i yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an maupun Hadits, yaitu: Menutupi seluruh tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangan, Hijab tidak difungsikan sebagai perhiasan, Hijab terbuat dari kain yang tebal dan longgar, Tidak menggunakan wewangian, Tidak menyerupai pakaian laki-laki.

Jilbab syar'i merupakan jilbab yang berukuran panjang seperti baju kurung tidak ketat dan menutupi lekukan bentuk tubuh seorang wanita, serta sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan Hadis. Akan tetapi pada kenyataannya sebagian dari para wanita muslimah memakai jilbab syar'i hanya karena mengikuti mode trend fashion bukan karena Allah ta'ala.

b. Jilbab non-syar'i

Jilbab non syar'i merupakan jilbab yang memiliki ukuran lebih pendek dan dapat dibentuk berbagai model. Mereka yang menggunakan jilbab non syar'i bukan berarti mereka tidak memiliki religiusitas yang baik. Akan tetapi mereka belum mengetahui bagaimana aturan menggunakan jilbab atau mereka sudah tahu akan tetapi mereka enggan melakukannya.¹¹

¹¹ Nasla Putri uteri, Nina Siti Salmaniah Siregar, "Pemakaian Penggunaan Jilbab Syar'i Dikalangan Mahasiswa Psikologi (Study pada Forum Mahasiswa Islam Psikologi (Formasi) Ar-Ruuh Universitas Medan Area)", Jurnal Simbolika, Jakarta 2015, Vol.1, No.1

1. Pengertian Religiusitas

Secara bahasa religiusitas berasal dari kata *religius* (religious), *religius* merupakan kata sifat (adjective) dari *religion*. Menurut kamus Oxford, kata *religion* memiliki dua definisi, pertama, “believe in an worship of god or gods”. Yaitu sebuah kepercayaan dan peribadatan pada tuhan atau dewa-dewa. Kedua, “particular system of faith and worship based on such belief”. Yaitu bagian dari sistem kepercayaan dan peribadatan yang berdasarkan keyakinan. Adapun kata *religious* menurut definisi kamus Oxford adalah “adjective of religion, (religious) of a person believing in and practicing religion”.¹² Yaitu sifat keagamaan seseorang dalam menyakini dan mengamalkan agama.

Religiusitas merupakan keyakinan yang kuat terhadap apa yang akan terjadi pada kehidupan manusia itu semata-mata adalah takdir dari Allah SWT. Religiusitas dapat diketahui dari perilaku keberagamaan seseorang yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.¹³

Ahli psikologi agama Glock & Stark menjandaskan bahwa *religi* adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai sesuatu yang paling maknawi (*ultimate meaning*). Sementara itu Michel Mayer berpendapat bahwa *religi* adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang

¹² Oxford University Press, *Oxford learner's pocket dictionary*. Fourt edition, (Oxford: Oxford Univercity Press, 2008), h. 372

¹³ Sari, L.M. “*Tingkat religiusitas dengan kecemasan menghadapi monopous*”. (Jurnal online psikologi, 2013, vol.01 (02), 618-627)

pasti untuk membimbing manusia dalam tindakannya terhadap Tuhan, orang lain, dan diri sendiri .¹⁴

Tentang pengertian agama (berasal dari *al-diin*), Quraish Shihab, mengatakan bahwa agama adalah ketetapan Ilahi yang diwahyukan kepada Nabinya untuk menjadi pedoman hidup manusia.

Dari istilah agama dan religi muncul istilah keberagamaan dan religiusitas (*religiosity*). Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.

a. Perspektif Islam Tentang Religiusitas

Salah satu yang terjadi dalam sepanjang perjalanan sejarah umat manusia adalah fenomena keberagamaan. Keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia, hal ini dikarenakan setiap manusia jiwa itu dihembuskan kedalam jasadnya, ia telah mengakui akan Tuhan.

Meskipun manusia pada umumnya tidak merasa bahwa dirinya dahulu dialam ruh pernah mengadakan perjanjian dengan Tuhan, namun hal ini dapat dibuktikan yaitu: semua manusia dalam keadaan tertentu akan mempunyai perasaan ketuhanan dalam hatinya. Adapun sebab utama pengingkaran manusia atas perjanjian ini bahkan lantaran ia lupa dengan janjinya itu. Tetapi hal ini lebih

¹⁴ Siska Zurtha Farida, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Motivasi Berjilbab (Studi Pada Siswi Kelas X Di Sma N 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)". Jurnal Pendidikan Agama Islam, 2012. h.34-35

disebabkan karena kuatnya pengaruh lingkungan, seperti paham materialisme, sekularisme atau atheisme. Pengaruh lingkungan inilah yang sebenarnya mengakibatkan manusia terlena menghabiskan waktunya dalam sendau gurau duniawi yang tak sehabis-habisnya.¹⁵

Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi ketika ia melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktivitas dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tetapi juga aktivitas yang tak tampak yang terjadi didalam hati seseorang.

Menurut Robert Nuttin dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana dorongan-dorongan yang lainnya seperti makan, minum, intelek dan sebagainya. Sejalan dengan hal itu maka dorongan beragamapun menuntut untuk dipenuhi, sehingga pribadi manusia itu mendapat kepuasan dan ketenangan. Selain itu dorongan beragama juga merupakan kebutuhan insaniyah yang timbulnya dari gabungan berbagai faktor penyebab yang bersumber dari rasa keagamaan.¹⁶

Hal ini dikarenakan islam menyeru umatnya untuk berislam secara menyeluruh (kaffah). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2): 208

¹⁵ Permadi Alibasyah, *Bahan Renungan Kabu Pengantar Mencapai Pencerahan Jiwa* (Yayasan Mutiara Tauhid: Jakarta), h. 188

¹⁶ Jalaluddin Acock dan Fuad Anshari Suroso, *Psikologi Islami*, h.77

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَدْخُلُوْا فِي السَّلٰمِ كٰفَّةً وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah nilai-nilai keagamaan dalam diri manusia yang diwujudkan dalam bentuk nyata (sikap) dan gaib (aqidah).

b. Faktor- faktor yang mempengaruhi religiusitas

Keberagamaan atau kesadaran beragama merujuk kepada aspek rohaniah individu yang berkaitan dengan keimanan kepada Allah yang direfleksikan kedalam peribadatan kepadanya, baik yang bersifat *hablimminallah* dan *hablumminannas*. Perkembangan beragama seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor pembawaan dan lingkungan yaitu:

1. Faktor pembawaan

Matt Bradshaw dan Cristhoper G. Ellison dalam penelitiannya menjelaskan bahwa genetik dan faktor biologi memainkan peran pada psikologis manusia. Faktor genetik akan membentuk suatu kepribadian pada diri seseorang tentunya akan mempengaruhi keberagamaan

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Diponegoro, 2010), h. 32

seseorang.¹⁸ Jadi faktor-faktor genetik dan biologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberagamaan seseorang.

2. Faktor lingkungan (eksternal)

Faktor pembawaan atau fitrah beragama merupakan potensi yang mempunyai kecenderungan untuk berkembang. Namun, perkembangan itu tidak akan terjadi jika tidak ada faktor luar yang memberikan rangsangan atau stimulus yang memungkinkan fitrah itu berkembang dengan sebaik-baiknya. Faktor eksternal itu adalah lingkungan dimana individu itu hidup. Lingkungan itu faktor adalah faktor keluarga dan faktor masyarakat.

Seorang muslim yang memiliki religiusitas akan memiliki akidah yang kuat, ibadah yang mantab, serta perilaku keseharian yang sesuai dengan ajaran agamanya. Segala amalan yang dilakukan, baik hubungan dengan Allah maupun hubungan dengan sesama manusia pastinya selalu dimotivasi oleh agama dan niat karena Allah ta'ala. Agama islam dianggap sebagai agama yang menyeluruh, mencakup kehidupan jasmani, rohani dan juga menyangkut kehidupan dunia dan akhirat.

Jadi religiusitas mahasiswa menurut hemat penulis adalah keberagamaan mahasiswa yang dapat dilihat dari perilaku keberagamaan yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari

Religiusitas dalam hal ini penulis maksudkan sebagai keberagamaan, yaitu seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa mantap pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang

¹⁸ Ahmad Rusyadi, *Religiusitas dan Kesehatan Mental*, (Ciputat: Ypm, 2012), h. 31

dianutnya . selain itu penulis juga memfokuskan religiusitas mahasiswi pada dimensi ritual (ibadah), dan akhlak. Indikator religiusitas tersebut mencakup aspek-aspek berikut ini:

a. Aspek ritual ibadah:

1. Melaksanakan shalat wajib dan sunah
2. Menjalankan puasa wajib dan sunah
3. Keaktifan membaca Al-Qur'an

b. Aspek akhlak:

1. Akhlak terhadap sesama yaitu: terhadap orang tua, dosen, saudara, teman, dan masyarakat.
2. Akhlak terhadap lingkungan
3. Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler & Armstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan erat dengan rencana konsumen terkait lokasi pembelian produk yang dibutuhkannya. Pemasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen harus dapat menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam pemilihan lokasi pembelian produk.

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.¹⁹

¹⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h. 120

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seorang konsumen harus memilih produk dan/atau jasa yang akan dikonsumsinya. Banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari akan membuat pengambilan keputusan satu individu berbeda dari individu lainnya.

Pada saat seorang konsumen baru akan melakukan pembelian yang pertama kali akan suatu produk, pertimbangan yang akan mendasarinya akan berbeda dari pembelian yang telah berulang kali dilakukan. Pertimbangan-pertimbangan ini dapat diolah oleh konsumen dari sudut pandang ekonomi, hubungannya dengan orang lain sebagai dampak dari hubungan sosial, hasil analisis kognitif yang rasional ataupun lebih kepada ketidakpastian emosi (unsur emosional).

Konsumen bebas memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, memutuskan tempat pembelian, bagaimana caranya, banyak pembelian, kapan membeli, dan mengapa harus membeli. Konsumen membeli dan mengonsumsi produk bukan sekedar karena nilai fungsi awalnya, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong adalah proses yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan membeli terdiri dari 5 tahap yaitu:

- a) Pengenalan Masalah
-

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menganali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan. Pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang akan muncul, apa yang memunculkan mereka, dan bagaimana, dengan adanya masalah tersebut, konsumen termotivasi untuk memilih produk tertentu.

b) Pencarian Informasi

Konsumen yang telah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan membelinya. Pencarian informasi (*information search*) merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi.

Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empatkelompok, yaitu:

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2. Sumber komersil: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
3. Sumber umum: media massa, organisasi konsumen.
4. Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, menggunakan produk.²⁰

c) Evaluasi Berbagai Alternative

²⁰ Nugroho J Setiaji, *Perilaku Konsumen- Konsep Dan Implikasi Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Predana Media, 2003), h. 167

Evaluasi berbagai alternatif (*alternative evaluation*) yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternative dalam suatu susunan pilihan.

d) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk. Biasanya keputusan pembelian (*purchase decision*) adalah pembelian merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah, sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mempengaruhi alternatif pilihan seseorang tergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif pilihan konsumen. (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya. Tujuan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli²¹

e) Perilaku Pasca pembelian

²¹ Nugroho J Setiaji, *Perilaku Konsumen- Konsep Dan Implikasi Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Predana Media, 2003), h. 18

Perilaku pascapembelian (*post-purchase behavior*) merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.²² Konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merk lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran harus memasok keyakinan dan evaluasi dan evaluasi yang mengukuhkan pilihan konsumen dan membantu dia merasa nyaman dengan merk.²³

Keputusan pembelian merupakan fungsi dari seberapa dekat antara harapan (*expectations*) pembelian atas produk tersebut dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dari produk tersebut. Jika kinerja produk tersebut lebih rendah dari harapan pelanggan, pelanggan tersebut akan kecewa; jika memenuhi harapan, pelanggan tersebut akan merasa puas; dan jika melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas (bahagia). Perasaan-perasaan ini akan mempengaruhi apakah pelanggan tersebut akan membeli produk itu lagi dan menyampaikan secara positif atau negatif tentang produk tersebut kepada orang lain.²⁴

²² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h. 36-38

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, (Jakarta: Indeks), h. 243

²⁴ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.133

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian yaitu:

- a. Sikap orang lain
- b. Harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan

C. Kerangka Pikir

Berjilbab berasal dari kata jilbab. Arti jilbab itu sendiri yaitu sebuah kain lebar yang digunakan untuk menutupi kepala, leher, dan dada bagi seorang wanita. Jilbab yang dipakai berdasarkan atas kesadaran dapat membentuk perilaku dan pribadi seorang wanita yang berakhlak mulia.²⁵

Seiring dengan perkembangan zaman, pemakaian jilbab yang dulunya hanya untuk menutupi aurat sekarang beralih menjadi trend fashion untuk tampil lebih menarik namun tetap dalam syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya gaya penampilan busana wanita berjilbab yang semakin banyak bervariasi dan model berjilbabnya pun beragam.²⁶

Seorang muslim yang memiliki religiusitas akan memiliki akidah yang kuat, ibadah yang mantab, serta perilaku keseharian yang sesuai dengan ajaran agamanya. Segala amalan yang dilakukan, baik hubungan dengan Allah maupun hubungan dengan sesama manusia pastinya selalu dimotivasi oleh agama dan niat karena Allah ta'ala. Agama islam dianggap sebagai agama yang menyeluruh,

²⁵ Airlangga dan M.Yudhi R Haryono, *post islam liberal*,(PT.GUGUS PRESS, Jakarta 2002),h.268

²⁶ Taruna Budiono, Sri Widowati Herieningsih, Triono Lukmantoro, "Pemaknaan Trend Fashion Berjilbab Ala Hijabers oleh Wanita Muslimah Berjilbab", *Jurnal3.Undip.ac.id*. Agustus 2013, vol.1, No.3

mencakup kehidupan jasmani, rohani dan juga menyangkut kehidupan dunia dan akhirat.

Ahli psikologi agama Glock & Stark menjelaskan bahwa *religi* adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai sesuatu yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Dalam pengambilan keputusan memakai jilbab mahasiswi tentunya berfikir, jilbab model apa yang akan dia kenakan, apakah jilbab model syar'i atau non syar'i. Sekarang ini banyak kita lihat dan kita temui bahwa sebagian dari mahasiswi ada yang berjilbab tetapi masih meninggalkan sholat dan puasa. Mereka berjilbab tetapi tidak pernah membaca Al-Qur'an atau bacaannya masih kurang baik, berjilbab tapi sikapnya tidak mencerminkan perilaku seorang muslimah, bahkan akhlak dan perilakunya jauh dari syariat islam, tentunya hal ini justru merusak citra islam dimata umum.

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler & Armstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu tindakan memilih barang yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk memiliki barang tersebut. Keputusan memilih dapat kita sadari bahwa terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi barang yang diinginkan.

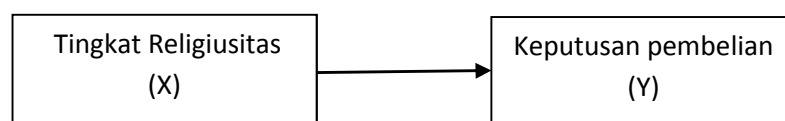
Hal ini mengakibatkan mahasiswi aktif mencari informasi lebih banyak untuk mengetahui produk yang diminatinya.²⁷ Jilbab saat ini telah mempengaruhi penampilan seorang wanita baik dikalangan mahasiswi dan juga di masyarakat. Jilbab saat ini telah menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang wanita untuk mengambil keputusan memakai jilbab itu sendiri.

Akan tetapi sebagian besar dari mereka ada yang sama sekali tidak mengenakannya, dan bahkan ada pula dari mereka yang menggunakan jilbab bukan karena niat dari diri mereka melainkan hanya mengikuti trend. Sehingga mereka beranggapan bahwa yang apa yang dia kenakan itu sudah sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti akan mencoba memberikan gambaran kerangka pikir yang dapat menghantar dalam pembahasan yang telah ditentukan. Kerangka pikir tersebut disajikan dalam bentuk diagram sebagai berikut.

Hubungan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Model

Jilbab



²⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan kedelapan, (Jakarta;Raja Grafindo Persada), Salemba Empat, 2008,hal.322

D. Hipotesis

Pada dasarnya hipotesis merupakan pernyataan tentang sesuatu yang untuk sementara waktu dianggap benar. Secara kuantitatif, hipotesis merupakan pernyataan tentang nilai suatu parameter yang untuk sementara waktu dianggap benar. Dikaitkan dengan suatu penelitian, hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena masih didasarkan pada teori atau anggapan atau pengalaman atau logika.²⁸

Berdasarkan pernyataan di atas penulis mengambil hipotesis bahwa terdapat hubungan antara tingkat religiusitas dan keputusan pembelian model jilbab mahasiswi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017.

Uji Hipotesis:

H_0 : ada hubuga yang signifikan antara tingkat religiusitas dan keputusan pembelian terhadap model jilbab (studi kasus mahasiswi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017)

H_1 : tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat religiusitas dan keputusan pembelian terhadap model jilbab (studi kasus mahasiswi ekonomi syariah IAIN Palopo angkatan 2017)

²⁸J. Supranto, “*Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*”, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003), h.198-199.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peelitian dalam penyusunan meggunakan metode survey denga mengguakan pedekatan jenis kuantitatif. Yang diperoleh dari penelitian survey yang dikumpulkan dari semua informasi data, dapat pula dikumpulkan dari sebagia populasi. Survey yang dilakukan pada semua populasi diamankan survey populasi atau penelitian seperti sensus. Sedangkan jika penelitian data hanya dilakukan pada sebagian populasi disebut sebagai survey sample.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, yang mana pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi dan paparan yang kemudian akan dianalisis dan sifat penelitian survey dan biasanya dinyatakan dalam bentuk angka-angka, yang dikemukakan oleh para ahli kemudian di analisis.

B. Lokasi penelitian

Kegiatan prnelitian ini dilakukan di kampus IAIN Palopo prodi ekonomi syarian angkatan 2017. Mahasiswi program study ekonomi syariah berperan penting dalam kegiatan penilaian mengenai tingkat religiusitas dalam memakai jilbab. Suatu analisis kegiatan mahasiswi diharapkan mampu mengetahui hal-hal yang baik dan buruk ketika melakukan pemakaian jilbab dan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi.

C. Sumber Data

Menurut Uma sekaran data bisa diperoleh dari sumber primer atau skunder.²⁹

1. Data Primer, adalah responden individu, kelompok fokus, dan panel secara khusus ditentukan oleh peneliti dan dimana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu kewaktu.³⁰ Adapun yang menjadi sumber data primer dari penelitian ini yakni mahasiswi program studi ekonomi syariah berperan penting dalam kegiatan penilaian mengenai tingkat religiusitas dalam memakai jilbab. Suatu analisis kegiatan mahasiswi diharapkan mampu mengetahui hal-hal yang baik dan buruk ketika melakukan pemakaian jilbab dan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi
2. Data sekunder adalah memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal.³¹ Menurut uma sekaran data skunder dapat diperoleh melalui catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet, dan sebagainya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis yaitu teknik yang digunakan peneliti dalam menyederhanakan isi dari karya ilmiah difahami intreprestasinya. Analisis

²⁹ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta, Salemba empat: 2015), h.62

³⁰ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta, Salemba empat: 2015), h.61

³¹ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h.30

penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif yaitu dengan menganalisa dalam memaparkan, menggambarkan atau memaparkan susunan kata-kata dalam menjawab pertanyaan dari permasalahan yang diteliti dengan menafsirkan hasil penelitian.

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Ada beberapa teknik dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Survey

Survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara factual, baik tentang institusi sosial dan ekonomi. Metode survey membedah serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan yang sedang berlangsung.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon yang sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari website dan lembaga-lembaga lain atau sumber-sumber lain yang terikat dengan data yang terkait dengan data yang menunjang dalam penelitian.

E. Uji Instrumen dan Analisis Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

Analisis data pada dasarnya memperkirakan atau menentukan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu kejadian terhadap sesuatu kejadian yang lainnya. Kejadian dapat dinyatakan sebagai perubahan nilai variabel.³²

Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat berikut:³³

- a. Sampel diambil secara acak
- b. Variabel X (tingkat religiusitas) dan Variabel Y (keputusan pembelian) mempunyai hubungan yang kausal, dimana variabel X merupakan sebab dan variabel Y merupakan akibat
- c. Nilai Y memiliki penyebaran yang berdistribusi normal
- d. Persamaan hendaknya harus benar-benar linear

³² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta: Bumi aksara,2006)

³³ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar an Aplikasi*,(Jakarta: kencana,2007)

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan menganalisis data dengan menggunakan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.³⁴

2. Analisis Uji instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument, suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat menggunakan data dari variabel yang diteliti.³⁵

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Pengukuran reliabilitas menggunakan metode Alpa Cronbach, jika $(\alpha) > 0,60$ maka reliabilitas pernyataan bisa diterima.³⁶

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2008, h.206

³⁵Ridwan, Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), h.348

³⁶Setiadji, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*, PPS Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2004, h.59

data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak sebaiknya digunakan uji normalitas, belum tentu data lebih dari 30 dapat dipastikan berdistribusi normal, demikian juga sebaliknya. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas, jika nilai sig (signifikan) $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal. Namun apabila nilai sig (signifikan) $< 0,05$ maka dipastikan data tidak berdistribusi normal.³⁷

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada t dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yakni dengan uji Durbin-Watson (uji DW), dengan ketentuan jika d lebih kecil dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi, namun jika d terletak antara dU dan $(4dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi, serta jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heterokedasitas melalui metode glejser ($u_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \epsilon_i$) dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas

³⁷Suliyanto, "Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.85.

terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan bahwa terdapat gejala heterokedasitas, begitupun sebaliknya.³⁸

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk apakah model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Uji multikolenearitas dengan melihat nilai TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear.³⁹

4. Uji Linieritas Data

Uji linieritas data merupakan salah satu syarat dilakukannya analisis regresi linier sederhana. Apabila data tidak linier maka analisis tidak dapat dilanjutkan. Uji linieritas dilakukan menggunakan F tes. Kemudian nilai F tabel. Apabila F hitung kurang dari F tabel maka H_0 akan diterima. Dan apabila F hitung lebih dari F tabel maka H_0 tidak dapat diterima.⁴⁰

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Hipotesis merupakan bagian penting dalam suatu penelitian, karena dengan adanya hipotesis, penelitian menjadi lebih terarah. Hipotesis dapat dijadikan sebagai

³⁸Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.98.

³⁹Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.90.

⁴⁰ Agus Irianto, "*Statistik Konsep Dasar an Aplikasi*", (Jakarta: kencana,2007)

petunjuk ke arah penyelidikan lebih lanjut. Oleh karena itu, hipotesis harus di uji kebenarannya melalui uji statistik. Hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan dari tingkat religiusitas (variabel X) sebagai variabel bebas dengan keputusan pembelian (variabel Y) sebagai variabel terikat. Untuk menguji hipotesis tersebut maka data yang diperoleh, di analisis dengan rumus uji f dan uji t.

Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhana, menguji keberartian dan kelinieran.

- a. Persamaan regresi sederhana
- b. Uji keberartian dan kelinieran regresi linier sederhana
- c. Koefisien korelasi pada regresi linier sederhana
- d. Uji keberartian koefisien
- e. Koefisien determinan pada regresi
- f. Uji statistic
- g. Membuat kesimpulan H_0 ditolak atau diterima

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah semua keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga atau keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Dan populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai

karakteristik tertentu.⁴¹ Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2017 dengan jumlah sebanyak 157 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yaitu *sampling random sampling*. Dimana *sampling random sampling* adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan cara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Sedangkan untuk penentuan banyak sampel responden penulis menggunakan rumus dari Slovin.⁴² Adapun rumus dari Slovin untuk menghitung besaran sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n= Sampel

N= Populasi

d= Presesi yang ditetapkan (10%)²

Berdasarkan rumus diatas, maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat diperoleh sampel sebagai berikut:

⁴¹ Masri Singgarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2008, hal. 152

⁴² M Burhan Bungin, *Metode Kuantitatif, Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Politik serta Ilmu-Ilmu lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hal. 105

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{157}{157 \cdot (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{157}{1.57 + 1}$$

$$n = \frac{157}{2.57}$$

$$n = 61.09$$

Berdasarkan perhitungan diatas dari jumlah populasi sebanyak 157 diperoleh ukuran sampel sebanyak 61 responden.

G. Pengukuran variabel penelitian

Skala pengukuran data adalah prosedur pemberian angka pada suatu objek tersebut, skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan menjabarkan variabel, untuk menyusun instrument-instrument sebagai alat ukur yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap dari jawaban pada skala likert memiliki beberapa skor yang berbeda antara lain:

- a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban netral (N)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya (X1) adalah tingkat religiusitas, (X2) adalah keputusan pembelian sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah model jilbab

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

3. Visi Dan Misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Visi :

unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis islam yang berciri kearifan lokal dikawasan timur indonesia pada tahun 2025.

Misi :

4. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat berbasis ekonomi islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu.
5. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar lembaga internal dan eksternal untuk penguatan ekonomi dan bisnis islam.
6. Mengembangkan dan menyebarkan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis islam dengan jiwa enterpreneur.

**DATA JUMLAH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
ANGKATAN 2017**

No	Kekas	Jenis Kelamin		Jumlah
		L	P	
1.	A	11	28	39
2.	B	4	34	38
3.	C	5	35	40
4.	D	9	30	39
5.	E	5	32	37
Total		44	159	193

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden secara umum dapat diketahui melalui penyebaran angket kuisisioner yang telah dilakukan dilokasi penelitian. Jumlah responden yang mengisi kuisisioner sebanyak 60 responden. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2017 yang terdiri dari lima kelas yaitu kelas A, B, C, D, dan E. Untuk lebih memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai jumlah responden seperti diterangkan dibawah ini:

Tabel 4.1

Meyakini bahwa Allah SWT. selalu mengawasi setiap hal yang dilakukan dimanapun dan kapanpun

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	9	5,49%
2	Setuju	37	22,57%
3	Netral	15	9,15%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 1

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 9 orang mahasiswa atau 5,49% mengatakan sangat setuju, 37 orang mahasiswa atau 22,57% mengatakan setuju, 15 orang mahasiswa atau 9,15% mengatakan netral, dan 0 orang mahasiswa atau 0% mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden di atas jelas bahwa mahasiswa benar-benar meyakini bahwa Allah SWT. selalu mengawasi setiap hal yang dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Tabel 4.2

Memakai jilbab karena mengikuti syariah dan sesuai dengan perintah agama

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	7	4,27%

2	Setuju	44	26,84%
3	Netral	8	4,88%
4	Tidak Setuju	1	0,61%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0,61%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 2

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 7 orang mahasiswi atau 4,27% mengatakan sangat setuju, 44 orang mahasiswi atau 26,84% mengatakan setuju, 8 orang mahasiswa atau 4,88% mengatakan netral, dan 1 orang mahasiswa atau 0,61% mengatakan tidak setuju, dan 1 orang mahasiswi atau 0,61% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa mahasiswi memakai jilbab karena mengikuti syariah dan sesuai dengan perintah agama.

Tabel 4.3

Mendengarkan suatu ceramah atau hal-hal yang menyangkut tentang jilbab sesuai dengan syariah

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	4	2,44%
2	Setuju	47	28,67%
3	Netral	9	5,49%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0,61%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 3

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 4 orang mahasiswi atau 2,44% mengatakan sangat setuju, 47 orang mahasiswi atau 28,67% mengatakan setuju, 9 orang mahasiswa atau 5,49% mengatakan netral, dan 0 orang mahasiswa atau 0% mengatakan tidak setuju, dan 1 orang mahasiswi atau 0,61% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa mahasiswi mendengarkan suatu ceramah atau hal-hal yang menyangkut tentang jilbab sesuai dengan syariah.

Tabel 4.4

Menyisihkan uang jajan, harta ataupun pendapatan yang dimiliki untuk
bersedekah

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	1	0,61%
2	Setuju	45	27,45%
3	Netral	14	8,54%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0,61%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 4

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 1 orang mahasiswi atau 0,61% mengatakan sangat setuju, 45 orang mahasiswi atau 27,45% mengatakan setuju, 14 orang mahasiswa atau 8,54% mengatakan netral, dan 0 orang mahasiswa atau 0% mengatakan tidak setuju dan 1 orang mahasiswi atau 0,61% mengatakan

sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa mahasiswi menyetor uang jajan, harta ataupun pendapatan yang dimiliki untuk bersedekah.

Tabel 4.5

Membeli sebuah jilbab berdasarkan informasi yang dimiliki

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	4,88%
2	Setuju	16	9,76%
3	Netral	32	19,52%
4	Tidak Setuju	5	3,05%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 5

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 8 orang mahasiswi atau 4,88% mengatakan sangat setuju, 16 orang mahasiswi atau 9,76% mengatakan setuju, 32 orang mahasiswa atau 19,52% mengatakan netral, dan 5 orang mahasiswa atau 3,05% mengatakan tidak setuju dan 0 orang mahasiswi atau 0% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa sebagian dari mahasiswi membeli sebuah jilbab berdasarkan informasi yang dimiliki.

Tabel 4.6

Membeli sebuah jilbab berdasarkan harga dan manfaat yang saya harapkan

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	3	1,83%
2	Setuju	27	16,47%
3	Netral	26	15,86%
4	Tidak Setuju	5	3,05%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 6

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 3 orang mahasiswi atau 1,83% mengatakan sangat setuju, 27 orang mahasiswi atau 16,47% mengatakan setuju, 26 orang mahasiswa atau 15,86% mengatakan netral, dan 5 orang mahasiswa atau 3,05% mengatakan tidak setuju dan 0 orang mahasiswi atau 0% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa sebagian mahasiswi Membeli sebuah jilbab berdasarakan harga dan manfaat yang diharapkan

Tabel 4.7

Selalu melakukan pembelian ulang terhadap suatu jilbab karena puas terhadap model jilbab tersebut

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	24	14,64%
3	Netral	26	15,86%

4	Tidak Setuju	11	6,71%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 7

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 0 orang mahasiswi atau 0% mengatakan sangat setuju, 24 orang mahasiswi atau 14,64% mengatakan setuju, 26 orang mahasiswa atau 15,86% mengatakan netral, dan 11 orang mahasiswa atau 6,71% mengatakan tidak setuju dan 0 orang mahasiswi atau 0% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa sebagian mahasiswi Selalu melakukan pembelian ulang terhadap suatu jilbab karena puas terhadap model jilbab tersebut.

Tabel 4.8

Membeli jilbab karena mengikuti perkembangan zaman

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	3	1,83%
2	Setuju	25	15,25%
3	Netral	30	18,3%
4	Tidak Setuju	3	1,83%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		61	100%

Sumber Data: Tabulasi angket hasil penelitian No 8

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 3 orang mahasiswi atau 1,83% mengatakan sangat setuju, 25 orang mahasiswi atau 15,25% mengatakan setuju, 30 orang mahasiswa atau 18,3% mengatakan netral, dan 3 orang mahasiswa atau 1,83% mengatakan tidak setuju dan 0 orang mahasiswi atau 0% mengatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dari hasil jawaban responden diatas jelas bahwa sebagian mahasiswi Membeli jilbab karena mengikuti perkembangan zaman

C. Penyajian Data dan Analisis Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas adalah alat untuk mengukur sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas tinggi jika alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil sesuai dengan maksud atau tujuan pengukuran yang bersangkutan. Alat ukur yang valid memiliki variansi eror yang kecil. Konsep reabilitas mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek belum berubah.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel (tingkat religiusitas dan keputusan pembelian), uji reabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reabel atau tidak,

baik dari segi tingkat religiusitas dan keputusan pembelian.⁴³ Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 dan 0,01.

a. Validitas dan Reabilitas Variabel X (Tingkat Religiusitas)

Tabel 4.9

Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	10.16	2.873	.663	.703
x2	10.20	3.494	.554	.758
x3	10.39	3.176	.666	.701
x4	10.16	3.706	.517	.774

Sumber: Data Primer yang diolah dari output SPSS. 2019

Dari tabel diatas untuk melihat valid setiap pertanyaan dari tingkat religiusitas, dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Nilai ini sebenarnya merupakan hasil korelasi antara tiap butir pertanyaan dengan totalnya yang dilakukan koreksi variensnya. Jika *Corrected Item-Total Correlation* lebih

⁴³ Priyanto, Duwi, 2009, *SPSS: Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta.

besar dari R tabel (0,196) maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan tabel *Item-Total Statistics*, semua pertanyaan yang mewakili tingkat religiusitas dapat dikatakan valid. Untuk reabilitas dari tingkat religiusitas, dapat dilihat dari tabel *Reliability Statistics*. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,789 (>0,05) sehingga semua pertanyaan tersebut dikatakan reliabel.

b. Validitas dan Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 4.10

Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	10.34	3.863	.722	.735
y2	10.25	4.322	.613	.787
y3	10.38	3.672	.698	.746
y4	10.20	4.294	.544	.817

Sumber: Data Primer yang diolah dari output SPSS. 2019

Dari tabel diatas untuk melihat valid setiap pertanyaan dari tingkat religiusitas, dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Nilai ini sebenarnya merupakan hasil korelasi antara tiap butir pertanyaan dengan totalnya yang dilakukan koreksi variensnya. Jika *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari R tabel (0,196) maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan

tabel *Item-Total Statistics*, semua pertanyaan yang mewakili tingkat religiusitas dapat dikatakan valid. Untuk reabilitas dari tingkat religiusitas, dapat dilihat dari tabel *Reability Statistics*. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,820 ($>0,05$) sehingga semua pertanyaan tersebut dikatakan reliable

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model penelitian eror data berdistribusi normal atau tidak. Identifikasi berdistribusi normal atau tidaknya dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.28135326
	Absolute	.079
Most Extreme Differences	Positive	.079
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.618
Asymp. Sig. (2-tailed)		.839

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hipotesis untuk uji normalitas adalah H_0 dimana eror berdistribusi normal dan H_1 tidak berdistribusi normal. Adapun kriteria pengujian yaitu:

Tolak H_0 jika nilai signifikan $< 0,05$

Terima H_1 jika nilai signifikan $> 0,05$

Pada tabel diatas nilai signifikan adalah $0,839 > 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti eror data berdistribusi normal.

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan suatu kondisi dimana sebaran atau vrian dari data hasil pengamatan tidak konstan sepanjang observasi.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.856	1.130		1.642	.106
	Tingkat Religiusitas	-.009	.082	-.015	-.115	.909

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hipotesis untuk uji heterokedasrisitas adalah H_0 terjadi homoskedastisitas dan H_1 terjadi heterokedasisitas. Untuk kriteria pengujiannya adalah :

Tolak H_0 jika nilai signifikan $< 0,05$

Terima H_0 jika nilai signifikannya $> 0,05$

Dari tabel coefficients diatas nilai signifikannya adalah $0,909 > 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antar erornya. Cara mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi linear dilakukan melalui pengujian terhadap *Durbin-Watson*.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.481 ^a	.231	.218	2.30061	1.503

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hipotesis uji autokorelasi adalah H_0 tidak terjadi autokorelasi H_1 terjadi autokorelasi dengan kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika nilai $DW < dL$ atau $DW > (4 - dL)$

Terima H_0 jika nilai $dU < DW < (4 - dU)$

Jika $dL < DW < dU$ atau $(4 - dU) < DW < (4 - dL)$ Maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Dari tabel diatas dilai Durbin-Watson adalah 1,503 dengan melihat nilai dL dan dU (terdapat pada lampiran) Dengan n banyaknya data adalah 61 dan $k = 1$. Diperoleh nilai $dL = 1,552$ dan $dU = 1,618$ maka dapat dikatakan bahwa $dU < DW < (4 - dU)$ sehigga H_0 diterima yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

E. Pengujian Hipotesis.

Analisis ini digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Adapun jalan analisisnya adalah melalui pengolahan data yang akan mencari pengaruh variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) dengan melalui analisis regresi satu prediktor. Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika sektor variabel bebas diketahui maka sektor variabel terikat dapat diprediksi besarnya.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 = tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab.

H_1 = ada hubungan yang signifikan antara tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab.

Dengan mencari persamaan regresinya dengan bantuan SPSS 22 didapat hasil sebagai berikut

Tabel 4.11

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	21.000	1.752		11.985	.000
Tingkat Religiusitas	-.534	.127	-.481	-4.214	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada tabel coefficients pada kolom B pada Constant (a) adalah 21,000, sedang nilai tingkat religiusitas (b) adalah -0,534, sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,000 + (-0,534X)$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta regresi

bX = nilai turuna atau peningkatan variabel bebas (tingkat religiusitas)

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan penambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif.

Untuk mengetahui apakah persamaan regresi di atas dapat digunakan untuk memprediksi atau meramalkan besarnya variabel terikat (Y) berdasarkan variabel bebas (X) dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi antara dua variabel. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 22

Tabel 4.12

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	93.988	1	93.988	17.758	.000 ^b
Residual	312.274	59	5.293		
Total	406.262	60			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas

Pada tabel ANOVA^a kolom F diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,758$, nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Nilai F_{tabel} adalah 2,52 pada taraf 5% untuk mengambil didasarkan pada kriteria pengujian dibawah ini:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan penjelasan diatas maka $17,758 > 2,52$ pada taraf 5%, sehingga H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian. Kemudian untuk mencari besarnya pengaruh tingkat religiusitas dengan keputusan pembelian, dengan menghitung nilai koefisien determinasi (KD) atau R square kemudian dikalikan 100% dengan bantuan SPSS 22 didapat R square sebagai berikut

Tabel 4.13

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.481 ^a	.231	.218	2.30061	1.503

a. Predictors: (Constant), Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, uji koefisien determinasi atau (r^2) adalah 0,231. Besarnya persentase pengaruh dilihat dari tabel model summary pada kolom R square sebesar 0,231 yang berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 23,1%. Untuk melihat seberapa besar hubungan tingkat religiusitas dan keputusan pembelian model jilbab mahasiswa ekoomi syariah yaitu, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,231 \times 100\% \\
 &= 23\%
 \end{aligned}$$

Jadi besarnya pengaruh tingkat religiusitas dengan keputusan pembelian mahasiswi IAIN Palopo adalah 23%. Sisanya $100\% - 23\% = 77\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum dimasukkan dalam model.

Menurut Sugiono pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,00 = sangat kuat

Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi di atas maka nilai $r^2 = 0,231$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh tingkat religiusitas dalam pengambilan keputusan pembelian model jilbab mahasiswi IAIN Palopo mempunyai pengaruh rendah.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis di atas diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 21,000 + (-0,534X)$. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,758$ dan nilai $F_{tabel} = 2,52$, diambil keputusan bahwa H_0 ditolak karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya ada hubungan yang signifikan antara pengaruh tingkat religiusitas terhadap

keputusan pembelian. Jadi persamaan regresi tersebut dapat digunakan untuk meramalkan besarnya variabel (Y) berdasarkan variabel (X).

Persamaan regresi = $21,000 + (-0,534X)$, kemudian diuji apakah memang valid untuk memprediksi variabel terikatnya. Artinya apakah tingkat religisitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 21,000 menyatakan bahwa jika nilai religiusitas spasian adalah 0, maka nilai keputusan pembelian adalah 21,000
2. Koefisien regresi sebesar 0,534 bertanda positif menyatakan bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 poin untuk tingkat reeligiusitas akan meningkatna nilai keputusan pembelian sebesar 0,534 poin. Dan sebaliknya jika nilai tingkat religiusitas turun 1 poin maka nilai dari keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,538 poin. Dari persamaan terlihat bahwa koefisien b bernilai positif, ini menunjukkan bahwa perubahan Y searah dengan perubahan X. Jadi nilai Y akan meningkat jika X meningkat, sebaliknya nilai Y akan menurun jika X menurun. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas mahasiswi ekonomi syaiah IAIN Palopo berbanding lurus dengan keputusan pembelian Mahasiswi IAIN Palopo

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan mengenai analisis tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian model jilbab (studi kasus mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2017), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai $r^2 = 0,231$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh tingkat religiusitas dalam pengambilan keputusan pembelian model jilbab mahasiswi IAIN Palopo mempunyai pengaruh rendah.
2. Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 21,000 + (-0,534X)$. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} = 17,758$ dan nilai $F_{tabel} = 2,52$, diambil keputusan bahwa H_0 ditolak karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya ada hubungan yang signifikan antara pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Seharusnya sebagai mahasiswa kita harus pintar-pintar dalam melihat model jilbab yang saat ini telah berkembang, kita harus pintar memilih mana yang cocok untuk kita pakai dan sesuai dengan syariat Islam. Jangan sampai setiap model jilbab baru yang muncul dan berkembang di masyarakat khususnya mahasiswa ingin segera membeli dan memilikinya sehingga mengeluarkan cukup dana tapi kita tidak memperhatikan kesyariahnya dalam berjilbab dan bisa membuat kita berlebih-lebihan dalam hal berpakaian.

Daftar Pustaka

- Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar an Aplikasi*, (Jakarta: kencana, 2007)
- Ahmad Rusyadi, *Religiusitas dan Kesehatan Mental*, (Ciputat: Ypm, 2012), h. 31
- Airlangga dan M.Yudhi R Haryono, *post islam liberal*, (PT.GUGUS PRESS, Jakarta 2002), h.268.
- Airlangga dan M.Yudhi R Haryono, *post islam liberal*, (PT.GUGUS PRESS, Jakarta 2002), h.268
- Azizah Mas'ud, Prasetya Budi Widodo, "Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Memakai jilbab Gaul Pada Mahasiswi Universitas Diponegoro, Jurnal Empati, Oktober 2015, vol.4(4), hal.309-314
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Diponegoro, 2010), h. 32
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Cet. X; Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), h.426
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h. 120
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h. 36-38

- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta: Bumi aksara,2006)
- Jalaluddin Ancok dan Fuad Anshari Suroso, *Psikologi Islami*, h.77
- M Burhan Bungin, *Metode Kuantitatif, Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Politik serta Ilmu-Ilmu lainnya*, Jakarta: Kencana,2005,hal.105
- Masri Singgarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, jakarta: LP3ES,2008,hal.152
- Murtadha Muthahhari, *Mas'alah Al-Hijab* Diterjemahkan Oleh Ja'far Shadiq Al-Khalili Dengan Judul *Wanita Dan Hijab*, (Cet. 1; Jakarta: Lentera, 2000), h. 151.
- Nasla Putri uteri,Nina Siti Salmaniah Siregar,"*Pemaknaan Penggunaan Jilbab Syar'i Dikalangan Mahasiswa Psikologi* (Study pada Forum Mahasiswa Islam Psikologi (Formasi) Ar-Ruuh Universitas Medan Area)",*Jurnal Simbolika*, Jakarta 2015, Vol.1, No.1
- Nugroho J Setiaji, *Perilaku Konsumen- Konsep Dan Implikasi Strategi Dan Penelitian Pemasaan*, (Jakarta: Predana Media, 2003), h. 167
- Nugroho J Setiaji, *Perilaku Konsumen- Konsep Dan Implikasi Strategi Dan Penelitian Pemasaan*, (Jakarta: Predana Media, 2003), h. 18
- Nur Khaerat Sidang,"*Fenomena Trend Fashion Jilbab dalam Keputusan Pembelian Jilbab* (Study pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam)",*UIN Alauddin Makassar*,2016.h.1

- Oxford University Press, *Oxford learner's pocket dictionary*. Fourt edition, (Oxford: Oxford Univercity Press, 2008), h. 372
- Permadi Alibasyah, *Bahan Renungan Kabu Pengantar Mencapai Pencerahan Jiwa* (Yayasan Mutiara Tauhid: Jakarta), h. 188
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, (Jakarta: Indeks), h. 243
- Priyanto, Duwi, 2009, *SPSS: Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta.
- Ridwan, Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), h.348
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h.30
- Sari, L.M. “*Tingkat religiusitas dengan kecemasan menghadapi monopous*”. (Jurnal online psikologi, 2013, vol.01 (02), 618-627)
- Setiadji, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*, PPS Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2004, h.59
- Siska Zurtha Farida, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Motivasi Berjilbab (Studi Pada Siswi Kelas X Di Sma N 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)”. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*,2012. h.34-35
- Siska Zurtha Farida,”*Pengaruh Religiusitas Terhadap Motivasi Berjilbab (Study pada Siswi Kelas X di SMA N 1 Suruh Kabupaten Semarang Tahun Pelajaran 2011-2012)*”.*Jurnal Pendidikan Agama Islam*,2012. h.16

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan kedelapan, (Jakarta;Raja Grafindo Persada), Salemba Empat, 2008,hal.322

Sugiyono,*Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta,2008,h.206

Taruna Budiono, Sri Widowati Herieningsih, Triono Lukmantoro,"*Pemaknaan Trend Fashion Berjilbab Ala Hijabers oleh Wanita Muslimah Berjilbab*",*Jurnal3.Undip.ac.id*. Agustus 2013,vol.1, No.3

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.133

Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta, Salemba empat: 2015), h.62

Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta, Salemba empat: 2015), h.61

Umi Mursidah"*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*".*jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*,2017,hal.10

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Prodi :

Pernyataan

Asosiasi Tingkat Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Model Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian pilihlah salah satu dari empat pilihan jawaban sesuai dengan diri anda sesungguhnya atau apa yang anda rasakan, bukan berdasarkan pada apa yang seharusnya. Berilah tanda centang () di samping pernyataan tersebut.

Keterangan Pilihan Jawaban

- SS (5) = Sangat Setuju**
S (4) = Setuju
N (3) = Netral
TS (2) = Tidak Setuju
STS (1) = Sangat Tidak Setuju

N O	Daftar Pernyataan	S	SS	N	TS	STS
	a. Tingkat Religiusitas (X)					
1.	Saya meyakini bahwa Allah SWT. selalu mengawasi setiap hal yang dilakukan dimanapun dan kapanpun					
2.	Memakai jilbab karena mengikuti syariah dan sesuai dengan perintah agama					
3.	Mendengarkan suatu ceramah atau hal-hal yang menyangkut tentang jilbab sesuai dengan syariah					
5.	Menyisihkan uang jajan, harta ataupun pendapatan yang dimiliki untuk bersedekah					

No	Daftar Pertanyaan	S	SS	N	TS	STS
	b. Keputusan pembelian (Y)					
1	Membeli sebuah jilbab berdasarkan informasi yang saya miliki					
2	Membeli sebuah jilbab berdasarkan harga dan manfaat yang saya harapkan					
3	Saya selalu melakukan pembelian ulang terhadap suatu jilbab karena puas terhadap model jilbab tersebut					
4	Membeli jilbab karena mengikuti perkembangan zaman					

Daftar Nama Responden Mahasiswi Ekonomi Syariah

IAIN Palopo Angkatan 2017

NO	NAMA	PRODI
1	Hasmira Basrin	Ekonomi syariah / A
2	Hasdiana	Ekonomi syariah / A
3	Sukmawati	Ekonomi syariah / A
4	Sri Fausiah	Ekonomi syariah / A
5	Ratni	Ekonomi syariah / A
6	Risma Bustansri rezki Oktari	Ekonomi syariah / A
7	Adel Fitri Sam	Ekonomi syariah / A
8	Riska Handayani	Ekonomi syariah / A
9	Andriana	Ekonomi syariah / A
10	Sitti Maimuna	Ekonomi syariah / A
11	Rika Salma	Ekonomi syariah / A
12	Sinta	Ekonomi syariah / A
13	Rati Purnama Sari	Ekonomi syariah / B
14	Ratna	Ekonomi syariah / B
15	Citra Ayu Lestari	Ekonomi syariah / B
16	Wirna	Ekonomi syariah / B
17	Iin	Ekonomi syariah / B
18	Nur Halifa Srilestari	Ekonomi syariah / B
19	Perlianti	Ekonomi syariah / B
20	Raja Yani	Ekonomi syariah / B
21	Nur Hiqma	Ekonomi syariah / B
22	Rahmawati	Ekonomi syariah / B
23	Desi Rahmawati	Ekonomi syariah / B
24	wahyuni	Ekonomi syariah / B
25	Linda Ashari	Ekonomi syariah / C
26	Lisa Agustina	Ekonomi syariah / C
27	Lisa Yuniarti	Ekonomi syariah / C
28	Dwi Hidayanti	Ekonomi syariah / C
29	Maesy	Ekonomi syariah / C
30	Marlina Daming	Ekonomi syariah / C
31	Marsanda	Ekonomi syariah / C
32	Mega	Ekonomi syariah / C
33	Anggi	Ekonomi syariah / C
34	Miftahul Khairiyah	Ekonomi syariah / C
35	Mila Rosa	Ekonomi syariah / C
36	Ega Safitri	Ekonomi syariah / C
37	Astri	Ekonomi syariah / D
38	Nurhapipa	Ekonomi syariah / D
39	Mutiara Sani	Ekonomi syariah / D
40	Eri Susan	Ekonomi syariah / D

41	Nova Lia	Ekonomi syariah / D
42	Nahda Rahmadani	Ekonomi syariah / D
43	Najma Wati B	Ekonomi syariah / D
44	Nana Srihandina	Ekonomi syariah / D
45	Esty Ismail	Ekonomi syariah / D
46	Farida	Ekonomi syariah / D
47	Fia Anjani	Ekonomi syariah / D
48	Nurhikma	Ekonomi syariah / D
49	Nur Halisah	Ekonomi syariah / E
50	Nur Widiawati	Ekonomi syariah / E
51	Reskiana	Ekonomi syariah / E
52	Hardianti	Ekonomi syariah / E
53	Ika Awanda	Ekonomi syariah / E
54	Namira J	Ekonomi syariah / E
55	Asrina	Ekonomi syariah / E
56	Anisa	Ekonomi syariah / E
57	Khusnul Khatimah	Ekonomi syariah / E
58	Nur Amalia Ismail	Ekonomi syariah / E
59	Israwati Wais	Ekonomi syariah / E
60	Sri Yuanisa	Ekonomi syariah / E
61	Salmiati	Ekonomi syariah / E

RIWAYAT HIDUP



Ramatiah lahir di Wonorejo, Kec. Mangkutana, Kab. Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 27 Maret 1997. Anak ke-Dua dari dua bersaudara dari pasangan ayahanda Sunardi dan ibunda Ponisem. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 147 Wonorejo dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 1 Mangkutana dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMA Negeri 1 Mangkutana dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkahnya untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019. Selama kuliah penulis pernah mengikuti organisasi ekstra kampus yaitu PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dan menjabat sebagai anggota kopri, dengan masa bakti 2015- 2017. dan organisasi intra kampus yaitu kader SEA pada tahun 2017-2018.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *Analisis Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Model Jilbab (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017)* sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.