

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MAHASISWI
MELAKUKAN PEMBELIAN JILBAB SECARA ONLINE (STUDI KASUS
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM
STUDI PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2016)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) Pada Program
Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo**

Oleh,

NURJANNAH

NIM 15.0401.0071

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MAHASISWI MELAKUKAN
PEMBELIAN JILBAB SECARA ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2016)**



IAIN PALOPO

S K R I P S I

**Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) Pada Program
Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo**

Oleh,

**NURJANNAH
NIM 15.0401.0071**

Dibimbing Oleh:

- 1. Dr. Rahmawati, M.Ag.**
- 2. Hendra Safri, M.M.**

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurjannah
NIM : 15.0401.0071
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, Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



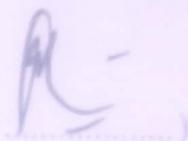
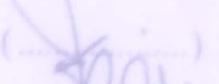
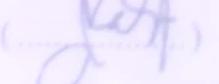
Nurjannah
NIM.15.0401.0071

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Faktor-faktor yang Memengaruhi Mahasiswa Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)" yang ditulis oleh Nurjannah dengan NIM 15 0401 0071 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunafasyahkan* pada hari Rabu 17 Juli 2019 M bertepatan dengan 14 Dzulqaidah 1440 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 21 Agustus 2019 M
20 Dzulhijjah 1440 H

TIM PENGUJI

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

Mengetahui



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001



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

PRAKATA



Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, atas kasih sayang-Nya, dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurah pada pemimpin para nabi dan rasul, baginda Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat-sahabat beliau.

Skripsi ini berjudul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Mahasiswa Melakukan Pembelian Jilbab Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)**”. 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 banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis secara khusus ucapkan terima kasih kedua orang tua penulis Miskam dan Damaris, yang selama ini telah banyak memberikan perhatian, cinta, keikhlasan, dan doanya demi selesainya apa yang tidak pernah saya bayangkan dapat terwujud di tahun ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan 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, SE.MM., selaku Wakil Rektor II. Dan Dr. Muhaemin, M.A., selaku Wakil Rektor III IAIN Palopo.

2. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM., selaku Dekan Fakultas FEBI, Wakil Dekan 1, Muhammad Ruslan 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 Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. dan Sekretaris Program Studi
4. Pembimbing 1 Dr. Rahmawati, M.Ag, dan Pembimbing II Hendra Safri yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Penguji 1 Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., MM, dan Penguji II Ilham, S.Ag, M.A. yang telah memberikan pertanyaan serta masukan kepada penulis.
6. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa melayani dalam mengurus 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. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus teman-teman dari perbankan syariah angkatan 2016 yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan wawancara dari penulis.
10. Teman-teman di kampus IAIN Palopo Angkatan 2015.

11. Teman-teman yang ada di perumahan Saudi permai Palopo.
12. Keluarga yang telah membantu penulis serta memberikan semangat.
13. Dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini di susun oleh saya dengan beragam halangan, baik itu yang datang dari dalam ataupun yang datang dari luar. Tetapi, dengan penuh kesabaran serta terlebih pertolongan dari Allah 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 pembaca dan teman-teman. Amin.

Demikianlah yang saya dapat paparkan dalam skripsi ini jika ada kata yang kurang baik mohon dimaafkan sekian dan terima kasih.

Palopo, Mei 2019

Penyusun

Nurjannah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1-4
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Definisi Operasional Variabel.....	5-7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8-10
B. Kajian Pustaka.....	11
1. Pengertian jilbab.....	11-13
2. Fungsi jilbab.....	13-14
3. Dasar diwajibkannya memakai jilbab.....	14-16
4. Batasan-batasan jilbab.....	16-18
5. Kriteria jilbab dalam islam.....	18-19
6. Pengertian belanja online.....	19-20
7. Subjek dan objek jual beli online.....	20-23
8. Aspek-aspek belanja online.....	23

9. Proses transaksi belanja online.....	23-24
10. Kelebihan belanja online.....	24-25
11. Kekurangan belanja online.....	25
12. Media sosial.....	25-28
13. Faktor-faktor yang mempengaruhi belanja online.....	28-30
C. Kerangka Pikir.....	30-31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Lokasi Penelitian.....	33
B. Sumber Data.....	33
C. Subjek Penelitian.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34-35
E. Teknik Analisis Data.....	35-37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
1. Sejarah singkat IAIN Palopo.....	38-39
2. Visi, Misi IAIN Palopo.....	39-40
3. Tokoh-tokoh yang Memimpin IAIN Palopo.....	40
4. Struktur Organisasi IAIN Palopo.....	40-41
5. Unit Pelaksana Teknis IAIN Palopo.....	41
6. Fakultas dan Jurusan IAIN Palopo.....	42-43
7. Struktur FEBI IAIN Palopo.....	44
8. Struktur Prodi Perbankan Syariah.....	45
9. Visi, Misi dan tujuan Prodi Perbankan Syariah.....	45-47
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	47-56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	57-58

B. Saran.....58

DAFTAR PUSTAKA.....59-61

ABSTRAK

Nurjannah 2019, Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016), skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Pembimbing 1 Dr. Rahmawati, M.Ag, dan Pembimbing II Hendra Safri, M.M.,.

Kata Kunci: Jilbab, Belanja Online, Mahasiswi.

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi melakukan pembelian jilbab secara online. Belanja online adalah kegiatan jual beli melalui media internet dengan menggunakan web browser. Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi melakukan pembelian jilbab secara online.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu data yang berupa informasi yang memberikan penjelasan berupa uraian yang menggambarkan peristiwa atau proses, dalam hal ini data diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua yaitu data *primer* dan data *sekunder*. Data primer ini berasal dari data lapangan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku, jurnal dan internet.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswi melakukan pembelian jilbab secara online yaitu kualitas produk, kenyamanan konsumen, kepercayaan, dan harga.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang Masalah*

Di era modernisasi yang serba digital ini, bisnis tidak hanya dijalankan oleh pelakunya di lapangan saja, atau dalam kata lain pelaku menjalankan bisnisnya didunia nyata. Dengan kecanggihan internet yang merupakan salah satu landasan berkembangnya bisnis, menjadikan internet sebagai lahan bisnis yang luar biasa. Tingkat bisnis dan perdagangan dalam kacamata islam menempati posisi terhormat. Ia tidak sekedar aktivitas yang mengedepankan prinsip-prinsip memperoleh keuntungan secara maksimal, tetapi juga diikat oleh bingkai hukum dan moral agama. Demikian pentingnya transaksi bisnis dan perdagangan ini sehingga Rasulullah menempatkannya sebagai pekerjaan yang sangat mulia sebagaimana beliau kemukakan ketika menjawab pertanyaan salah seorang sahabatnya perihal pekerjaan yang sangat mulia.¹

Di zaman modern ini teknologi informasi banyak melahirkan perubahan dalam kehidupan manusia. Dengan berkembangnya teknologi informasi sekarang, seseorang dapat melakukan komunikasi melalui media sosial seperti telepon ataupun komputer yang sudah terhubung secara langsung ke internet hingga hal terkecil dalam sector kehidupan, seperti *fashion*. Kebanyakan dikalangan mahasiswa sekarang ini sudah menggunakan IPTEK (Ilmu Pengetahuan Teknologi) dalam bekerja, belajar, berbelanja ataupun berjualan. Saat ini kebutuhan konsumen selalu mengarah pada gaya hidup yang ada. Hal ini bisa

¹Muhammad, Rahmad Kurniawan, *Visi Dan Aksi Ekonomi Islam*, (Intimedia:Malang 2014). h.37.

terjadi pada semua usia. Perubahan gaya hidup dan pergeseran kebutuhan konsumen tentu tidak bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli konsumen tersebut. Fenomena kenaikan daya beli yang semakin meningkat ini biasanya terjadi pada kalangan remaja dan usia dewasa. Pada dunia perguruan tinggi di Palopo misalnya, para Mahasiswa akan cenderung melakukan keputusan pembelian yang sesuai dengan gaya hidup yang mereka miliki. Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo mempunyai tingkat konsumsi yang cukup tinggi, hal tersebut terlihat pada daya beli mereka terhadap sebuah fashion yang dianggap sudah cukup terkenal. Salah satu fashion yang cukup diminati yaitu jilbab online. Fashion sekarang ini adalah bisnis yang cukup besar dan menarik perhatian banyak orang. Banyaknya supplier hijab yang bermunculan menjadikan hijab sebagai salah satu penyumbang dalam ekonomi kreatif (fashion).

Fashion sekarang ini adalah bisnis yang cukup besar dan menarik perhatian banyak orang baik di kalangan masyarakat maupun di kalangan mahasiswa salah satunya adalah mahasiswa kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dimana mahasiswinya diwajibkan untuk memakai jilbab. Fashion berperan penting bagi remaja saat ini dengan berbagai model jilbab dapat menarik seseorang untuk membelinya. Dengan adanya teknologi yang modern, kebanyakan mahasiswa lebih memilih berbelanja online daripada di pasar-pasar.

Kebutuhan adalah salah satu tuntutan dasar manusia, seseorang membutuhkan makanan, pakaian dan tempat berlindung untuk bisa bertahan hidup. Namun kebutuhan ini akan menjadi sebuah keinginan ketika diarahkan kepada sasaran spesifik yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan. Sebagai

contoh seseorang membutuhkan hijab, tetapi menginginkan hijab dengan model terbaru dan memiliki *brand* yang di kenal. Keinginan ini di bentuk oleh lingkungan masyarakat seseorang, keinginan akan produk-produk spesifik yang didukung oleh kemampuan membayar akan menimbulkan permintaan.

Membeli barang secara online yakni keinginan seseorang membeli melalui internet. Hal yang di maksud keinginan di sini yaitu pengalaman pembelian barang melalui tahap pencarian sampai fase untuk membeli. Tidak hanya niat (*intention*) membeli secara online. Dari pemaparan tersebut dapat kita lihat bahwa belanja secara online adalah belanja dimana kita tidak perlu bertemu dengan di penjual.

Jilbab berasal dari bahasa arab dari kata *jalaba* artinya menarik, yaitu sejenis pakaian kurung yang longgar yang dilengkapi dengan kerudung yang menutupi kepala, leher, dan dada. Jilbab adalah pakaian terusan panjang yang menutupi seluruh badan kecuali muka, tangan dan kaki yang biasa dikenakan oleh para wanita muslimah. Penggunaan jenis pakaian ini dengan tuntunan syariat Islam untuk menggunakan pakaian yang menutupi aurat.²

Saat ini jilbab online telah diterima oleh masyarakat Indonesia sebagai *tren*. Yang dimaksud dengan tren yakni arah atau urutan peristiwa khusus yang memiliki beberapa momentum dan mampu bertahan lama. Tren mengungkapkan bentuk masa depan dan memberikan peluang. Dewasa ini mulai bermunculan berbagai model jilbab yang banyak diminati oleh para mahasiswi khususnya jilbab online sehingga permintaan atas jilbab semakin meningkat. Meningkatnya

²Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam* (Ictiar Baru Van Hoeve:Jakarta 1996). h.820-821

permintaan terhadap jilbab online mendorong para mahasiswi untuk terus berusaha ingin membeli dan memiliki.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Faktor-faktor Yang Memengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 melakukan pembelian jilbab secara online?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah apakah faktor-faktor yang memengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 melakukan pembelian jilbab secara online?

D. Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 melakukan pembelian jilbab secara online.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dan batasan dari beberapa kata istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian.³

Seorang peneliti dalam mengukur variable bercermin pada teori atau pendapat-pendapat para ahli yang sudah ada atau bisa juga berpendapat sendiri, apabila teori dan pendapat-pendapat tersebut relevan dengan perkembangan-perkembangan keilmuan sekarang dan dapat dijamin kualitasnya. Defenisi inilah yang menjadi penjelasan pada masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian.⁴

Dalam penelitian ini, untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman dalam judul proposal ini, maka penulis memberikan definisi sebagai berikut:

1. Mahasiswi

Dalam kamus Bahasa Indonesia, mahasiswi didefinisikan sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswi adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institute dan universitas. Secara umum, mahasiswi adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institute, maupun akademi.

³Masyhuri, MP. & Zainuddin, MA. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Refika Aditama:Bandung, 2008), h. 131

⁴Masyhuri, MP. & Zainuddin, MA. h.131

2. Belanja Online

Belanja online adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet tanpa harus bertatap muka langsung dengan penjual. Belanja online merupakan proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui internet.

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya.⁵ Secara garis besar situs belanja online memiliki fitur sebagai berikut:

- 1) Kategori produk
- 2) Item kategori
- 3) Fungsi add to cart dan check out
- 4) Fungsi registrasi
- 5) Fungsi approval pembelian dan lain sebagainya.

3. Jilbab

Jilbab berasal dari bahasa Arab *jalaba*, bentuk jamaknya *jalabib*, yang artinya pakaian lapang, dapat menutup aurat wanita, kecuali muka dan telapak tangan.⁶ Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengertian jilbab adalah kerudung besar yang dipakai wanita muslimah untuk menutupi kepala dan leher

⁵Asnawi, Harlis Faulidi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Laskar Press:Yogyakarta, 2008). h. 34.

⁶Abu Fathan, *Panduan Wanita Sholihah*, (Asaduddin Press, 1992), h.6.

sampai dada.⁷ Jilbab adalah bagian dari pakaian muslimah yang berfungsi untuk menutup aurat wanita muslimah. Pada umumnya jilbab adalah pakaian yang lebar, longgar dan menutupi seluruh bagian tubuh sebagaimana disimpulkan oleh Qurthuby: *“jilbab adalah pakaian yang menutupi seluruh tubuh.”*

Adapun fungsi jilbab dalam kehidupan seorang wanita yaitu:

- a. Melindungi muslimah dari fitnah
- b. Mengangkat derajat dirinya dimata Allah SWT.
- c. Menciptakan lingkungan sehat
- d. Perisai dari perbuatan tercela.

⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, (Balai pustaka:Jakarta, 2005), h.473.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Penelitian Terdahulu Yang Relevan*

Berdasarkan penelusuran berbagai literatur yang ada, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pengkajian ini dimaksudkan guna menghindari adanya plagiat secara keseluruhan hasil karya orang lain. Sehingga dengan adanya penelaahan ini peneliti dapat mengetahui persamaan dan perbedaan antara permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian mengenai jual beli online adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Amelia Andhini (2017) yang berjudul "*Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce*"¹ populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ini yaitu dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan dengan pertimbangan tertentu. Data diperoleh dari penyebaran koesioner dengan jumlah sebanyak 100 responden yang diperoleh dari Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dan analisis statistik menggunakan analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji-t, serta uji F dengan tingkat signifikan 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi online shopping

¹Amelia Andhini, "*Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce*", *Jurnal* (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, 2017)

berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada E-commerce, kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada E-commerce, serta transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Putriana Suharfin (2018) yang berjudul “*Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kota Medan*”². Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa factor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* adalah harga. Factor produk, harga, promosi, system pembayaran, resiko barang, logistic, dan teknologi digital berpengaruh secara signifikan terhadap belanja *online* bagi mahasiswa. Implikasi dari penelitian ini bagi perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk secara *online* agar memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga keputusan pembelian secara *online* dapat meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Nur (2017) yang berjudul “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hijab (Studi kasus Karyawan Garda Depan PT ADD Yogyakarta)*”³ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang

²Putriana Suharfin, “*Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kota Medan*”, *Jurnal* (Medan:Universitas Sumatera Utara, 2018)

³Sakinah Nur, “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hijab (Studi kasus Karyawan Garda Depan PT ADD Yogyakarta)*”, *Jurnal* (Yogyakarta:State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)

digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada 50 responden pada karyawan garda depan PT ADD Yogyakarta. Hasil dari pengujian yang telah dilakukan, faktor pendapatan, kelas social, pengetahuan secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian. Namun faktor pendapatan dan kelas sosial tidak mempengaruhi responden dalam keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hasanah (2017) yang berjudul “*Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Di Kota Medan*”⁴ Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur dengan model regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 17. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh langsung dan tidak langsung variable periklanan, kualitas produk, harga dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop*.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis sebelumnya lebih terfokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui online shop. Sedangkan penelitian penulis lebih terfokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi melakukan pembelian jilbab secara online. Sedangkan persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah dari segi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara online.

⁴Nurul Hasanah, “*Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Di Kota Medan*”, Jurnal (Medan:Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017)

B. *Kajian Pustaka*

1. Pengertian Jilbab

Jilbab berasal dari kata *Jalaba* jamak; *jalabib* yaitu pakaian yang menutup seluruh tubuh sejak dari kepala sampai mata kaki, atau menutupi sebagian besar tubuh dan dipakai diluar seperti halnya baju hujan.⁵ Jilbab dapat pula diartikan sebagai pakaian yang lapang dan dapat menutup aurat wanita, kecuali muka dan kedua telapak tangan sampai pergelangan tangan saja yang ditampakkan.⁶ Sedangkan dalam Kamus Arab-Indonesia Al Munawwir, jilbab dikemukakan berasal dari kata *Jalabiyah* yang artinya baju kerudung panjang sejenis *jubba* dan berakar dari kata *Jalaba* yang artinya menghimpun dan membawa.

Al-Biqo'i berpendapat bahwa jilbab adalah baju yang longgar atau kerudung penutup kepala wanita atau dipakai untuk menutup baju dan kerudung yang dipakainya.⁷ Syaikh Bakar Zaid juga menjelaskan dalam buku *Hirasatul Fadhillah*, bentuk jama' dari jilbab adalah *jalabib* atau baju kurung yang tebal dan dikenakan oleh wanita dari kepala hingga kedua kakinya serta menutupi seluruh tubuhnya berikut pakaian dan perhiasannya.⁸ Arti kata jilbab ketika Al-quran diturunkan adalah kain yang menutup dari atas sampai bawah, tutup kepala, selimut, kain yang dipakai lapisan yang kedua oleh wanita dan semua pakaian wanita, ini adalah beberapa arti jilbab seperti yang dikatakan Imam Alusi dalam

⁵Haya Binti Murabok al Barik, *Ensiklopedi wanita muslimah* (Darul Falah;Jakarta 2001).h.149

⁶Mulhandy Ibn. Haj, dkk., *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, (Espe Press:Bandung 1986).h.5

⁷M Quraish Shihab, *Pakaian Wanita Muslimah*, (Lentera Hati:Jakarta 2004).h.321

⁸Muhammad Muhyidin, *Membelah Lautan Jilbab*, (DIVA Press:Jakarta 2008).h.21

tafsirnya *Ruuhul Ma'ani*. Sementara Imam Qurthubi dalam tafsirnya mengatakan bahwa jilbab berarti kain yang lebih besar ukurannya dari khimar (kerudung). Sedang yang benar menurutnya jilbab adalah kain yang menutup semua badan.

Dalam beberapa literatur disebutkan bahwa jilbab dapat diistilahkan dengan;⁹

- 1) *Khimar* (kerudung); segala bentuk penutup kepala wanita baik itu yang panjang atau pendek, menutup kepala dada dan badan wanita atau yang hanya rambut dan leher saja.
- 2) *Niqab* atau *burqo'* (cadar); yaitu kain penutup wajah wanita
- 3) *Hijab* (tutup); yaitu yang dimaksudkan untuk mengurangi dan mencegah terjadinya *fitnah jinsiyah* atau godaan seksual baik dengan menjaga pandangan, tidak mengubah intonasi suara bicara wanita supaya terdengar lebih menarik dan menggugah, menutup aurat dan lain sebagainya.

Istilah-istilah tersebut adalah istilah yang berasal dari negara Arab atau Timur Tengah. Pakaian sejenis jilbab di beberapa negara dikenal dengan beragam istilah, seperti *chadar* (Irak), *charshaf* (Turki), *hijab* (Mesir). Pergeseran istilah hijab juga berawal dari makna "Tabir" menjadi pakaian penutup aurat perempuan.

Hijab artinya tabir, tirai atau dinding, juga digunakan dengan arti kata pelindung wanita dari pandangan laki-laki *ajnabi*.¹⁰ Wanita-wanita islam melainkan peranan yang tidak kalah penting dibandingkan laki-laki, hanya

⁹Ibrahim Abd Al-Muqtadir *Wanita Berjilbab Vs Wanita Pesolek*, (Amzah:Jakarta 2007).h.29.

¹⁰Muhammad bin Muhammad Ali, *Hijab pakaian penutup aurat istri Nabu SAW*, (PT.Buku Kita 2008).h.33

bedanya kaum wanita lebih banyak dalam keadaan tertutup. Dengan cara ini, maka kesucian, kemuliaan dan kehormatan wanita akan terpelihara dan kaum laki-laki pun akan selamat dari fitnah.¹¹

Hijab merupakan kebutuhan primer serta kewajiban yang tidak boleh ditinggalkan oleh setiap wanita, karena hijab merupakan sarana penunjang yang menjaga batasan antara pria dan wanita, sedangkan membuka wajah adalah faktor penghancur akhlak mulia dan kerusakan lawan jenis. Dan kewajiban hijab atas perempuan muslimah adalah sebagai bentuk tabir penutup antara dirinya dan laki-laki asing tatkala seorang wanita di haruskan keluar dari rumahnya ketika dalam keadaan yang mendesak, dan agam islam telah meletakkan bagi perempuan syarat ketentuan-ketentuan tertentu serta adab-adab yang ada di dalam masalah kebutuhan yang mendesak bagi dirinya, dan seberapa besar perhatian dan penjagaannya seorang wanita terhadap hijabnya maka sebesar itu pula penjagaan lingkungan masyarakat terhadap dirinya.

2. Fungsi Jilbab

Dalam ajaran agama islam, pakaian memiliki fungsi sebagai;¹²

- a) Penutup aurat; penutup anggota badan tertentu yang tidak boleh dilihat orang-orang tertentu
- b) Perhiasan; sesuatu yang dapat digunakan untuk memperelok
- c) Perlindungan dari cuaca; panas ataupun dingin

¹¹Muhammad bin Muhammad Ali, h.33.

¹²M Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an ; Tafsir Al Maudhu'i Atas Berbagai Persoalan Umat*, h.155-180

- d) Penunjuk identitas; yang dapat membedakannya antara seseorang atau kelompok dengan yang lainnya.

Sehubungan dengan hal tersebut, jilbab juga menjadi bagian dari cara seseorang berpakaian memiliki fungsi yang sama. Hal ini sejalan dengan keberadaan pakaian yang dapat dimaknai sebagai bentuk penandaan yang paling jelas dari penampilan luar seseorang dan dapat diidentifikasi sebagai suatu kelompok tertentu. Bahkan pakaian dapat pula dimetaforakan sebagai kulit social budaya yang dapat mengkomunikasikan afiliasi sebuah budaya dan sebagai ekspresi identitas.¹³

Selain fungsi diatas, jilbab digunakan untuk membedakan antara wanita terhormat dengan wanita lainnya, yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal dan tidak diganggu oleh para lelaki. Menurut Al-qurtubi apabila wanita keluar rumah dengan mengenakan jilbab, maka berarti dia sudah menunjukkan kemuliaan dirinya, yang sekaligus memberikan pertanda bahwa dirinya adalah wanita yang terjaga kehormatannya.

3. Dasar Diwajibkannya Memakai Jilbab dalam Islam

Perintah berjilbab ini adalah seiring dengan perintah dan seruan menutup aurat, sebab pada dasarnya perintah berjilbab adalah perintah untuk menutup aurat seorang wanita, yang apabila tidak dijaga (dibiarkan terbuka) maka akan

¹³Malcolm barnars, *fashion sebagai komunikasi*, (jalsutra 2004) h. 4

mengakibatkan fitnah yang besar, dan akan timbul bencana pezinaan.¹⁴ Perintah berjilbab ini dapat dilihat dan disimak dalam QS Al-Ahzab / 33:59

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْنَّ مِنْ جَلْبِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya:

*Wahai Nabi, Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, "Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka." Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu, Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.*¹⁵

Ayat tersebut Allah memerintahkan kepada Nabi-Nya agar memerintahkan kepada istri-istri dan anak perempuannya untuk senantiasa berjilbab, ayat tersebut tidak hanya ditujukan kepada Nabi, tetapi juga kepada seluruh kaum wanita yang mengaku dan telah mengikrarkan keislamannya (bersyahadat). Sedangkan mengulurkan jilbab yang dimaksud dalam ayat ini jika yang dimaksudkan adalah baju maka menutup tangan dan kakinya, kalau yang dimaksud adalah kerudung membuatnya longgar sehingga menutupi dadanya.¹⁶

Sesungguhnya Islam telah membuat perbedaan yang jelas antara laki-laki dan perempuan. Oleh karena itu perlu adanya jilbab yang melindungi wanita dari

¹⁴Abu Mujadiddul, *Memahami Aurat dan Wanita*, (Perpustakaan Nasional Lumbung Insane 2011).h.49

¹⁵Kementerian Agama RI *AL-ahzab Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, (Cipta Bagus Segara;Bekasi,2011),h.426

¹⁶M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah*, (Lentera:Jakarta 2014).h.321

pandangan laki-laki yang tidak berhak melihat auratnya. Jilbab bertujuan untuk memelihara kehormatan, kesucian, dan martabat kaum wanita.

4. Batasan-batasan Jilbab

Quraish Shihab mengatakan bahwa bagian-bagian badan yang tidak bisa dilihat oleh orang lain biasa disebut . kata ini berasal dari bahasa Arab *aurah* yang oleh beberapa ulama dinyatakan berasal dari kata (*'awara*) atau bermakna hilang perasaan. Aurat dipahami sebagai sesuatu yang buruk atau sesuatu yang hendaknya diawasi karena ia kosong, atau rawan dan dapat menimbulkan bahaya atau rasa malu. Quraish Shihab melanjutkan bahwa penetapan batasan-batasan aurat bagi wanita bukan dimaksudkan untuk menghalangi wanita dari kegiatan bermasyarakat, karena apa yang diperintahkan oleh agama untuk menutup aurat, dan tidak bermaksud untuk menghalangi aktifitas para muslimah.

Murthada Muthohari mengemukakan bahwa menutup aurat bukanlah adopsi dari budaya arab lalu diwajibkan oleh agama Islam. Pada zaman sekarang terutama di barat banyak yang mendukung pakaian terbuka dan hal tersebut dipandang sebagai sesuatu yang modern, seperti itulah dunia lalu digiring menuju *jahiliyah al-aula*.¹⁷

Wanita muslimah mengenakan hijab yang sesuai dengan ketentuan syariat saat keluar dari rumah yaitu pakaian yang islami dimana-batasannya sudah ditetapkan *nash* dalam al-qur'an dan hadis. Wanita tidak boleh keluar dari rumah

¹⁷Murthada Muthahari, *Perspektif Al-Qur'an Tentang Manusia Dan Agama*, (Mizan:Bandung 1989).h. 67.

atau menampakkan diri di hadapan laki-laki lain yang bukan mahramnya dalam keadaan bersolek dan memakai wewangian.¹⁸

5. Kriteria Jilbab dalam Islam

a) Busana yang menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan syarat

Dalam hal ini criteria jilbab yang diwajibkan menurut al-quran adalah menutup seluruh badan kecuali wajah dan telapak tangan.

b) Bukan berfungsi sebagai perhiasan

Jika busana (jilbab) sudah berubah fungsi menjadi hiasan, maka ia tidak boleh dipakai dan tidak dapat dinamakan jilbab, karena jilbab adalah busana yang menutupi perhiasan (aurat) dari pandangan orang lain.

c) Tidak tembus pandang/tipis dan tidak ketat sehingga menampakkan lekuk tubuh.

Dalam berjilbab tidak boleh memperlihatkan lekuk tubuh, tidak menonjolkan aurat, dan tidak memperlihatkan bagian tubuh yang memancing fitnah/pesona seksual. Menutup aurat tidak sah kecuali dengan kain yang tebal. Kain tipis hanya akan menambah daya tarik wanita dan semakin mudah memperlihatkan perhiasannya.

d) Tidak menyerupai busana laki-laki

Maksudnya adalah wanita yang meniru laki-laki dalam berbusana dan bermode dan begitupun sebaliknya.

e) Memakai busana bukan untuk mencari popularitas

¹⁸Muhammad Ali Al-Hasyimi, *Jati Diri Wanita Muslimah*, (Pustaka Al-Kautsar:Jakarta 1997).h.59.

Dalam setiap pakaian yang dipakai dengan tujuan meraih popularitas dilarang dalam islam. Baik pakaian itu mahal, maupun pakaian yang bernilai rendah yang dipakai oleh seseorang untuk kezhudannya dan dengan tujuan riya.¹⁹

6. Pengertian Belanja online

Belanja online adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser. Selain itu, belanja online didefinisikan sebagai perilaku mengunjungi toko online melalui media internet untuk mencari, menawar atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut. Di Indonesia masih terdapat banyak toko online, dimana transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara non-online, seperti transfer antar bank.

Belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak kehadiran internet, para pedagang telah berusaha membuat toko online dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia. Belanja online merupakan bagian dari e-commerce yang merujuk pada aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet sebagai mediumnya. Pandangan tentang e-commerce atau yang sering dikenal dengan online shopping atau belanja online adalah penggunaan komputer dan internet dengan web browser untuk membeli dan menjual produk.

¹⁹M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Mizan Pustaka:Bandung 2007).h.213

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa belanja online adalah kegiatan jual beli melalui media internet dengan menggunakan web browser.

7. Subjek dan Objek Jual Beli Online

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya. Adapun yang menjadi subjek jual beli online tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu perilaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian online terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli online kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan.

Adapun yang menjadi objek jual beli online yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli online. Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan.

Ada beberapa tempat yang biasa ditempati oleh pelaku usaha untuk berjualan online yaitu:

a) Marketplace

Pelaku usaha menjalankan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual di marketplace. Marketplace tersebut telah

menyediakan sistem yang tertata sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika ada konsumen yang melakukan pembelian. Contoh dari marketplace adalah Bukalapak.com, dan Tokopedia.com.

b) Website

Seorang pelaku usaha online dapat membuat situs yang ditujukan khusus untuk berbisnis online. Situs tersebut memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko onlinenya.

c) Webblog

Pelaku usaha yang memiliki budget yang terbatas bisa mengandalkan webblog garis seperti blogspot atau wordpress. Dengan format blog, pelaku usaha dapat mengatur desain atau foto-foto produk yang ia jual.

d) Forum

Dari forum ini, seseorang dapat menemukan apa yang ia cari dan apa yang sebaiknya ia jual. Untuk mengakses dan membuat posting di sebuah forum, pelaku usaha diharuskan untuk sign up terlebih dahulu untuk menjadi member dari situs tersebut.

Jenis-jenis transaksi jual beli online:

a) Transfer antar bank

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha atau penjual online.

b) COD (Cash On Delivery)

Pada sistem COD sebenarnya hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara online, karena penjual dan pembeli terlibat secara langsung,

bertemu, tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang.

c) Kartu kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dan proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi.

d) Rekening bersama

Jenis transaksi ini disebut juga dengan istilah escrow. Cara pembayaran ini mempunyai perbedaan dengan proses pembayaran melalui transfer bank.

e) Potongan pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko online yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih di dominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau smartphone.

Adapun saat ini dengan berbagai macamnya sosial media seperti facebook, line, nlack berry massanger (BBM), dan lainnya. Konsumen tinggal melihat postingan pelaku usaha berupa gambar-gambar produk yang ditawarkan kepada konsumen, lalu kemudian konsumen tinggal mengkonfirmasi lewat komentar, inbox atau sms dan telepon jika ingin memesan barang yang diinginkan. Biasanya digambar itu telah tertera nomor rekening pelaku usaha, sehingga maka konsumen bisa langsung mentransfer uangnya lewat bank, lalu mengirimkan bukti transfernya ke pelaku usaha, setelah itu konsumen menunggu barang yang dibelinya paling cepat biasanya dalam waktu seminggu.

8. Aspek-aspek Belanja Online

Indikator pembelian secara online adalah harga, kemenarikan posting messages, kepercayaan, reputasi, minat beli dan keputusan. Aktivitas belanja dapat diukur dari jumlah waktu yang dihabiskan selama berbelanja, frekuensi berbelanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan dalam berbelanja.

Harga merupakan aspek penting dalam belanja online, individu akan secara aktif mencari dan membeli produk dari internet untuk mendapatkan harga yang lebih rendah, karena harga rendah merupakan alasan utama mengapa pembeli berbelanja di toko online.

Dari beberapa penjelasan diatas, disimpulkan bahwa aspek yang diukur dalam belanja online yaitu waktu selama belanja, frekuensi belanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan untuk berbelanja.

9. Proses Transaksi Belanja Online

Proses transaksi jual beli yang ada di internet dilakukan dengan memberikan berbagai syarat kepada calon konsumen. Di antaranya adalah memberikan syarat kepada calon konsumen untuk registrasi sebagai anggota. Konsumen yang sudah menjadi anggota, selanjutnya dapat memesan produk. Setelah itu, konsumen membayar produk produk yang dibeli menggunakan kartu kredit atau melalui transfer bank. Pemilik toko online selanjutnya mengirimkan produk tersebut ke konsumen.

Cara pengiriman sebuah produk sangat tergantung pada jenisnya, apakah produk fisik atau produk digital:

- a) Untuk produk fisik biasanya dikirimkan ke alamat konsumen melalui layanan pos atau jasa kurir.
- b) Produk digital dengan ukuran file yang relative kecil dapat dikirimkan melalui e-mail. Pengiriman produk digital dengan ukuran file besar dapat disimpan dalam CD/DVD untuk kemudian dikirimkan ke alamat konsumen menggunakan jasa pos.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan untuk belanja online yaitu calon konsumen registrasi sebagai anggota kemudian memesan produk dan membayarnya dengan kartu kredit transfer bank dan setelah itu penjual mengirimkan barang ke konsumen.

10. Kelebihan Belanja Online

Ada beberapa alasan mengapa konsumen lebih memilih belanja online dari pada belanja offline, yaitu:

- a) Waktu

Konsumen lebih memilih belanja online dikarenakan waktu yang dipakai relatif sedikit dari pada belanja secara offline yang membutuhkan waktu yang relatif lama dan ditoko online barang yang di jual biasanya sudah disertakan spesifikasi barang yang sangat lengkap.

- b) Ketersediaan barang dipasaran

Ada kalanya barang yang konsumen cari sangat sulit didapatkan di tempat tinggal konsumen. Namun di toko online memungkinkan konsumen untuk menemukan barang yang sedang dicari atau diinginkannya.

- c) Harga

Di beberapa toko online, harga bisa lebih murah dibandingkan harga yang ada di toko offline. Harga termasuk salah satu faktor yang berhubungan positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen via online.

11. Kekurangan Belanja Online

Dalam sistem belanja online masih terdapat keterbatasan bagi konsumen yaitu:

- a) Kurangnya sistem keamanan
- b) Penipuan
- c) Tidak dapat memegang secara langsung barang yang ditawarkan
- d) Warna asli tidak serupa dengan warna yang ditampilkan oleh layar monitor komputer
- e) Biaya tinggi dalam pemesanan dan pengembalian
- f) Berpotensi menghancurkan hubungan antar sesama

Kekurangan dalam berbelanja online yaitu aktivitas toko online yang dilakukan tidak melalui online misalnya pengiriman barang, tentu harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen.

12. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media social yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial memiliki berbagai fungsi sebagai berikut:

- a) Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web
- b) Sosial media berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience
- c) Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

Selanjutnya Mcquail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:²⁰

- a) Informasi
 - 1) Inovasi
 - 2) Adaptasi
 - 3) Kemajuan
- b) Korelasi
 - 1) Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi
 - 2) Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan
 - 3) Mengkoordinasi beberapa kegiatan
 - 4) Membentuk kesepakatan.
- c) Keseimbangan

²⁰Denis Mcquall, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Erlangga:Jakarta, 1992).h.71.

- 1) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan, khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru
- 2) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai
- d) Hiburan
 - 1) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi
 - 2) Meredakan ketegangan sosial
- e) Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama. Dalam berbelanja online Mahasiswi melakukan pembelian melalui media sosial, yang paling sering mereka gunakan yaitu instagram dan shopee.

a) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang turun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram.²¹ Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantaranya;

1. Followers (pengikut)
2. Upload foto (mengunggah foto)
3. Arroba (@)
4. Tanda suka (like)
5. Popular (explore)

²¹M. Nursing, *Bisnis Online, Manfaat Media Social dalam Meraup Uang*, (Kobis:Yogyakarta, 2015).h.137.

b) Shopee

Shopee adalah aplikasi *marketplace* online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Dengan aplikasi shopee mahasiswa semakin mudah dalam berbelanja jilbab secara online.

13. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Belanja Online

Menurut Kotler, faktor yang memengaruhi belanja online yaitu²²

a) Kualitas produk

Produk adalah semua yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

b) Kelengkapan informasi: konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mencari informasi, produk atau jasa yang benar-benar konsumen inginkan, kemudian memesan atau men-download informasi di tempat

c) Waktu: konsumen dapat memeriksa harga dan memesan barang dagangan selama 24 jam sehari dari mana saja

d) Kepercayaan konsumen: efek penyesalan dan kekecewaan pembelian terhadap evaluasi pemilihan berikutnya, kejadian-kejadian dan

²²Phipip Kotler, *Manajemen pemasaran, Edisi ke-13 jilid 1 terjemahan: Bob Sabran* (Erlangga:Jakarta 2003), h.70

tindakan konsumen yang mengawali perilaku membeli sebenarnya, keamanan pengiriman barang, kerahasiaan data-data pribadi termasuk penggunaan kartu kredit.

e) Harga

Kotler menunjukkan pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku berbelanjanya.²³

Menurut Pavlou dan Geffen faktor yang mempengaruhi minat pembelian online yaitu:

- a) Faktor kepercayaan: Hanya pelanggan yang memiliki kepercayaan dan berani lah yang akan melakukan transaksi melalui media internet.
- b) Tingkat kenyamanan: Penjual dengan reputasi yang baik dapat mengurangi kekhawatiran konsumen mengenai pembelian, meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan pembelian.

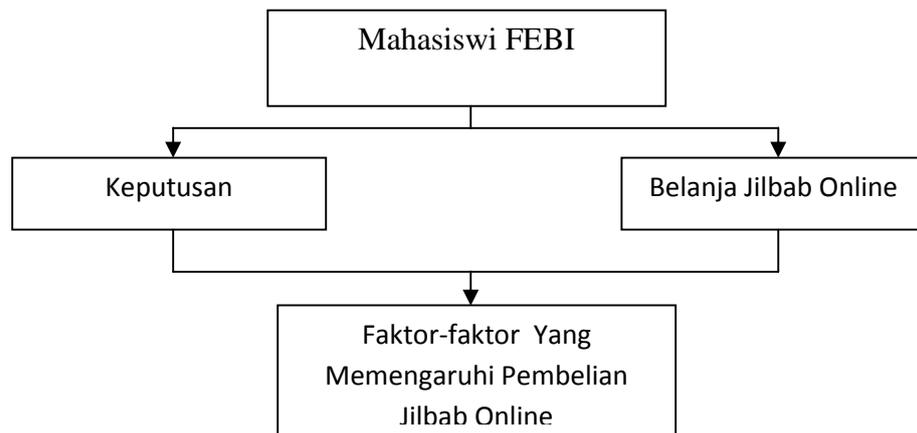
Dari pendapat ahli di atas, faktor yang mempengaruhi belanja online merujuk pada pendapat kotler & Pavlou Geffen yaitu, kualitas produk, kepercayaan kosumen, tingkat kenyamanan, dan harga.

²³Philip Kotler & Keller, Kevin Lane, *Marketing Manajemen, ed.14* (Perso:United State, 2012) h.213

C. *Kerangka pikir*

Penelitian ini beralokasi pada kampus IAIN Palopo, dimana penelitian ini menyangkut tentang pembelian jilbab secara online, dan penelitian ini bermaksud untuk meneliti apakah faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2016 dalam melakukan pembelian jilbab secara online.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pikir dapat dijelaskan melalui bagan berikut ini:



Keputusan pembelian merupakan kegiatan melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan terhadap suatu barang. Keputusan tersebut diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternative. Sebelum pilihan dijatuhkan ada beberapa tahap yang mungkin akan dilalui oleh pembuat keputusan. Proses pengambilan keputusan yang terkadang membingungkan dan rumit biasanya membuat seseorang memerlukan tahap-tahap yang baik atau benar dalam pengambilan keputusan. Tahap tersebut bisa meliputi identifikasi masalah

utama, menyusun alternative yang akan di pilih dan akhirnya sampai pada pengambilan keputusan yang terbaik bagi si pengambil keputusan.²⁴

²⁴Amstrong, Gery & Philip, Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, (Prehalindo:Jakarta 2002).h.76

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur, kuantifikasi, perhitungan statistic, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Penelitian kualitatif prinsipnya untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam.¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

C. Sumber Data

- a. Data primer, adalah data yang diperoleh melalui hasil penelitian langsung terhadap obyek yang diteliti. Data tersebut diperoleh melalui metode observasi dan hasil wawancara langsung dan mendalam terhadap Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang melakukan pembelian jilbab secara online.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain dari buku-buku, jurnal, situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian, dan dari pihak-pihak yang berkaitan dengan kajian yang diteliti.

¹Dwi Novidiantoko, Chintia Morris Sartono, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Depublish:Yogyakarta 2018), h.4.

D. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah metode pengumpulan yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Suatu kegiatan pengamatan baru dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila memiliki kriteria yaitu: pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara serius, pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, serta pengamatan dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian.²Observasi dalam penelitian ini adalah melihat atau mengamati Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang biasa melakukan pembelian jilbab secara online.

b. Wawancara (interview)

Wawancara adalah instrument yang digunakan untuk memperoleh informasi dengan secara langsung bertemu pada orang yang diwawancarai. Proses interaksi dan komunikasi adalah hal yang sangat penting dilakukan dalam proses wawancara itu sendiri. Metode wawancara dapat diperlakukan hanya sebagai *tool* pengumpulan data bersama-sama dengan instrument lain. Tetapi sebagai metode, metode wawancara menjadi satu-satunya alat mengumpulkan data. Hal ini karena

²Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Kencana:Jakarta, 2008), h.115.

seluruh informasi yang diperlukan berada didalam benak responden (informan),³yaitu mahasiswi Program Studi Perbakan Syariah Angkatan 2016 yang biasa melakukan pembelian jilbab secara online. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Ada beberapa faktor yang memengaruhi hasil informasi yang didapat dari proses wawancara tersebut. Faktor-faktor itu adalah: pewawancara, yang diwawancarai, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pernyataan dan situasi wawancara.⁴

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang berupa monument, artefak, foto, mikrofon, CD, tape, disc, harddisk, flashdisk, dan sebagainya.⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi untuk mengambil data yang ada dilapangan yaitu dengan cara merekam langsung informan yang diwawancarai.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh. Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Seluruh data yang diperoleh dikumpulkan di olah dan di kelompokkan masing-masing yaitu data mengenai

³Burhan Bungin, h.60

⁴Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*,(Ghalia Indonesia:Semarang 1998),h.57

⁵Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif:Komunikasi,ekonomi, kebijakan public dan ilmu social lainnya*, (PT.Kencana:Jakarta 2010), h.121.

hasil interview, observasi, dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:

a. Induktif

Analisis induktif adalah analisis yang dilakukan berdasarkan fakta-fakta khusus pada suatu lokasi tertentu untuk mendapat kesimpulan-kesimpulan, tentang obyek, orang, situasi, peristiwa dan makna, dibalik situasi dan peristiwa yang terjadi.⁶

b. Deduktif

Analisis deduktif adalah penetapan kebenaran suatu pernyataan dengan menunjukkan bahwa pernyataan itu telah tercakup di pernyataan lain yang telah ditetapkan kebenarannya. Analisis deduktif merupakan analisa data yang dimulai dari dalil-dalil umum, postulat dan paradigma tertentu kemudian menghubungkan dengan data-data empiris, sebagai pengkal tolak pengambilan kesimpulan.⁷

c. Komparatif

Analisis komparatif adalah analisis yang dilakukan dengan membandingkan data yang satu dengan data yang lainnya untuk mendapat kesamaan suatu metode yang digunakan untuk membandingkan antar penelitian lapangan dengan penelitian kepustakaan yang kemudian diambil

⁶I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Nilacakra:Bandung 2018), h.10.

⁷Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian (Refleks Pengembangan Pemahaman Dan Penguasaan Metodologi Penelitian)*, (UIN Maliki:Malang, 2010), h.130

kesimpulan.⁸ Analisis komparatif merupakan jenis penelitian deskriptif yang berusaha mencari jawaban secara mendasar mengenai akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya maupun munculnya suatu fenomena atau kejadian tertentu.

⁸Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Alumni:Bandung, 1998), h.4.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Obyek Penelitian*

1. Sejarah Singkat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dahulu dikenal sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo yang didirikan berdasarkan pada SK Presiden Nomor 11 tanggal 21 Maret 1997. Kemudian berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri pada tanggal 14 oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015 oleh Menteri Agama Republik Indonesia.

STAIN Palopo, sebelumnya dikenal dengan nama Fakultas Ushuluddin yang diresmikan berdirinya pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin di Ujung Pandang. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 168 tahun 1968, status tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang tersebut ditingkatkan menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo. Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP No. 33 Tahun 1985 tentang Pokok-pokok Organisasi IAIN Alauddin; Keputusan Presiden RI Nomor 9 Tahun 1987 tentang Susunan Organisasi IAIN Alauddin; KMA –RI Nomor 18 Tahun

1988 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Alauddin, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Palopo telah mempunyai kedudukan hukum yang sama dengan Fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di Negara Republik Indonesia. Berkenaan dengan kebijakan baru pemerintah tentang perguruan tinggi yang didasarkan pada Keputusan Presiden RI Nomor 11 Tahun 1997, maka mulai tahun 1997 Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo dibenahi penataan kelembagaannya dan dialihstatuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo dan berdiri sendiri.

Setelah beralih status menjadi STAIN, dan baru berubah lagi menjadi IAIN lembaga ini mengalami perubahan cukup signifikan. Hal ini terlihat pada system tata kelola administrasi, keuangan dan kebijakan, sumber daya manusia semuanya mengalami kemajuan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Di samping itu, jumlah prodi pada STAIN Palopo semakin bertambah sebatas cakupan kewenangan bidang keilmuan yang memungkinkan dikelola STAIN itu sendiri. Sejak pembentukannya sebagai fakultas cabang dari IAIN Alauddin hingga menjadi perguruan tinggi yang berdiri sendiri.

2. Visi dan Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

a. Visi

Terkemuka dalam intergrasi keilmuan berciri kearifan lokal

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan tinggi dan mengembangkan intergrasi keilmuan yang berkualitas dan profesional yang berciri kearifan local.

- 2) Mengembangkan bahan ajar yang berbasis penelitian yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.

3. Tokoh-tokoh yang Memimpin Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Palopo

pada tahun 1968 hingga tahun 1997, IAIN Palopo masih berada dibawah lingkup IAIN Alauddin Makassar dengan status Fakultas dan dipimpin oleh seorang Dekan. Kemudian, setelah ditingkatkan menjadi STAIN Palopo, mulai tahun 1997 hingga tahun 2014 dipimpin oleh seorang Rektor. IAIN Palopo telah dipimpin oleh pejabat sebagai berikut:

- a. Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo
 1. K. H. Muhammad Rasyad (1968-1974)
 2. Dra. Hj. St. Ziarah Makajareng (1974-1982)
- b. Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin
 1. Dra. Hj. St. Ziarah Makajareng (1982-1988)
 2. Prof. Dr. H. M. Iskandar (1988-1997)
- c. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo
 1. Drs. H. Syarifuddin Daud, MA (1997-2006)
 2. Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc, MA (2006-2010)
 3. Prof. Dr. H. Nihaya M., M.Hum (2010-2014)
- d. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
 1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag (2014-sekarang)

4. Struktur Organisasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

- a. Rektor IAIN Palopo

- b. Senat IAIN Palopo
- c. Wakil Rektor
 - 1) Wakil Rektor Bidang Akademik
 - 2) Wakil Rektor Bidang Administrasi
 - 3) Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan
- d. Dekan Fakultas
 - 1) Dekan Fakultas Ushuluddin, Asab, dan Dakwah
 - 2) Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 - 3) Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
 - 4) Dekan Fakultas Syariah
- e. Ketua Prodi
- f. Program Pascasarjana
- g. Lembaga LP2M
- h. Lembaga LPM
- i. Kabag Administrasis
- j. Kasubag Umum
- k. Kasubag Kepegawaian dan Mutasi
- l. Kasubag Perencanaan dan Keuangan
- m. Kasubag Akademik dan Statistik
- n. Unit Pelaksanaan Teknis

5. Unit Pelaksana Teknis di IAIN Palopo

- a. Lembaga penerbit kampus
- b. Perpustakaan

- c. Pusat komputer
- d. Pusat pengabdian pada masyarakat
- e. Pusat penjamin mutu akademik
- f. Pengembangan bahasa
- g. Pusat studi wanita.

6. Fakultas Dan Jurusan di IAIN Palopo

- a. Fakultas ushuluddin adab dan dakwah
 - 1) Ilmu alquran dan tafsir
 - 2) Komunikasi dan penyiaran islam
 - 3) Bimbingan dan konseling islam
 - 4) Sosiologi agama
- b. Fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan
 - 1) Pendidikan agama islam
 - 2) Pendidikan bahasa arab
 - 3) Pendidikan matematika
 - 4) Pendidikan bahasa inggris
 - 5) Pendidikan guru madrasah ibtidaiyah (PGMI)
 - 6) Pendidikan anak usia dini
 - 7) Manajemen pendidikan islam
- c. Fakultas syariah
 - 1) Ekonomi syariah
 - 2) Perbankan syariah
 - 3) Manajemen bisnis syariah

Secara umum tentunya semua jurusan memiliki visi dan misi serta tujuan menghasilkan sarjana muslim yang unggul, berkarakter, dan profesional, serta kompetitif dalam bidang masing-masing, sehingga mahasiswa memiliki kemampuan akademik dan keterampilan yang berkualitas yang akan memberikan kontribusi terhadap masyarakat.

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memutuskan visi dan misi serta tujuan sebagai berikut:

a. Visi

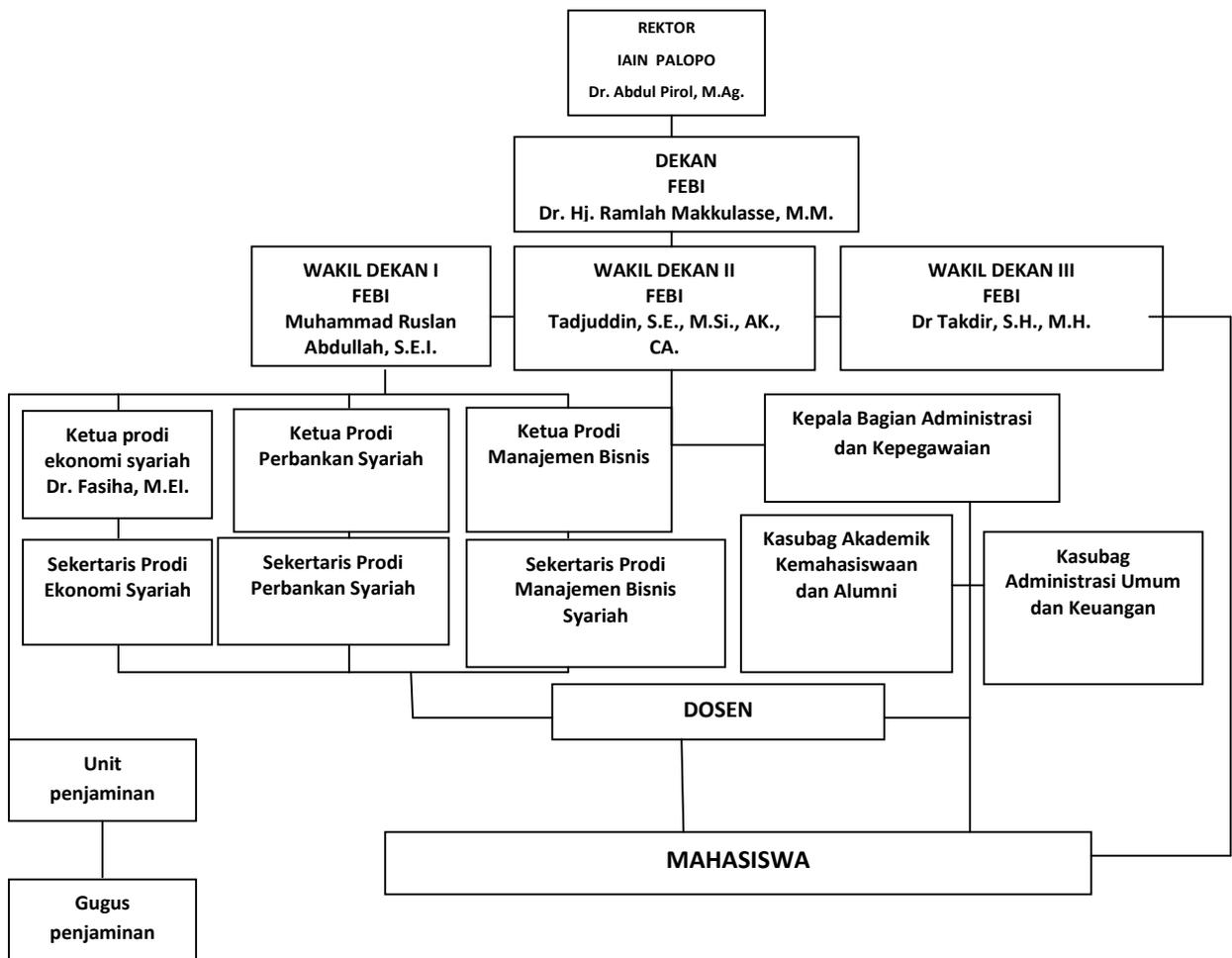
Unggul dalam Pelaksanaan Transformasi Keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam Yang Berciri Kearifan Lokal.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat berbasis Ekonomi Islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu.
- 2) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar lembaga internal dan eksternal untuk penguatan Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Mengembangkan dan Menyerbarluaskan Praktik Keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Jiwa Entrepreneur.

**7. Stuktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**

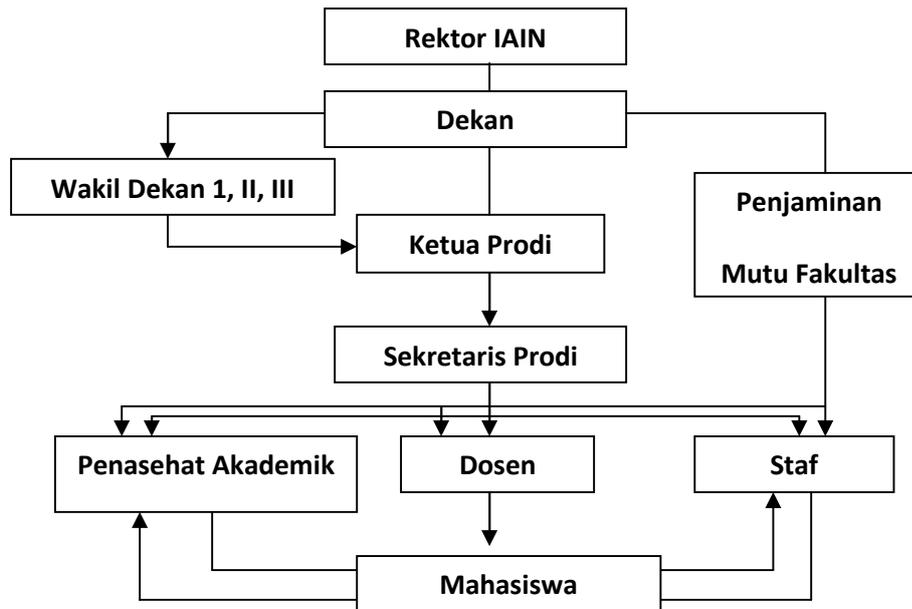
Gambar 4.1
Struktur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



8. Prodi Perbankan Syariah

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Program Studi Perbankan Syariah



Sumber : Kasubag Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni

9. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Perbankan Syariah

a. Visi

“Menjadi program studi yang kempetitif dan terkemuka dalam menghasilkan sumber daya insani yang islami, profesional dalam bidang Keuangan dan Perbankan Syariah di kawasan Timur Indonesia pada tahun 2022”.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan proses pembelajaran yang berkualitas, dengan memadukan ilmu pengetahuan dari kalangan akademis dan praktisi dalam bidang keuangan dan perbankan syariah, guna meningkatkan kompetensi

lulusan sesuai dengan kebutuhan pengguna (*user*) yang menekankan pada nilai-nilai keislaman

- 2) Meningkatkan kualitas lulusan yang memiliki pengetahuan teoritis dan praktis dalam bidang keuangan dan perbankan syariah yang berbasis keahlian dan teknologi serta penguasaan terhadap bahasa internasional dalam meningkatkan daya saing
- 3) Mengembangkan kemampuan akademik yang berorientasi pada penguatan metodologi, kajian serta penelitian ilmiah yang berorientasi pada pengembangan lembaga keuangan dan industry perbankan syariah
- 4) Meningkatkan hubungan kerjasama yang saling berkontribusi positif dengan pihak pemerintah dan non-pemerintah, lembaga keuangan syariah dan konvensional baik berskala nasional maupun internasional.
- 5) Melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan melibatkan partisipasi aktif *civitas* akademika dan *stakeholder*.

c. Tujuan

- 1) Menjadi salah satu Program Studi pilihan (favorit) dengan rasio jumlah diterima dengan jumlah pelamar sebesar 1,15
- 2) Menghasilkan lulusan yang mampu mengaplikasikan bidang keuangan dan Perbankan Syariah dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan serta mampu mengambil keputusan terhadap situasi yang dihadapi
- 3) Menghasilkan lulusan yang menguasai konsep teoritis dan praktik di bidang keuangan dan Perbankan Syariah secara komprehensif.

- 4) Menghasilkan lulusan yang berkarakter dan berwawasan serta budaya saing, dalam menangani masalah teknis dan organisasi yang berkaitan dengan lembaga keuangan, baik bank atau non-bank
- 5) Menghasilkan lulusan yang kreatif dan inovatif dalam pelaksanaan tugas dalam bidang keuangan dan Perbankan Syariah
- 6) Menghasilkan lulusan yang mampu mengamalkan ilmu Ekonomi Syariah, keuangan dan Perbankan Syariah dalam masyarakat
- 7) Menghasilkan program studi perbankan syariah yang berkualitas dan menjalin hubungan kerjasama dengan dunia keuangan dan perbankan syariah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Media Sosial Sebagai Media Pembelian Jilbab Secara Online

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹

Armila Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;

“saya biasa membeli jilbab online melalui media sosial seperti aplikasi instagram, shoope karena respon chatnya cepat”²

Aplikasi yang sering digunakan Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 dalam berbelanja jilbab online yaitu instragam dan shoope, mereka loyal

¹Rulli Nasrullah, “*Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi)*”, (Simbiosis Rekatama Media:Bandung, 2017). h. 13.

²Armila Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 18 Januari 2019.*

dalam menggunakan aplikasi tersebut sebab mudah di akses dan pelayanannya cepat dalam menanggapi.

b. Hasil wawancara terhadap informan

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, bahwa Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang biasa membeli jilbab secara online adalah sebanyak 30 orang, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswi tersebut melakukan pembelian jilbab secara online yaitu:

1. Kualitas Produk

Dengan produk yang baik, dan beranekaragam model suatu barang maka seorang konsumen pasti akan banyak yang tertarik dalam melakukan suatu pembelian. Menurut Kotler, kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.³

Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang kini sering melakukan pembelian jilbab secara online ternyata hal utama yang membuat mereka tertarik adalah kualitas produknya, dengan macam-macam modelnya yang cukup menarik perhatian.

Model jilbab di Indonesia khususnya yang di pakai Mahasiswi Perbankan Syariah adalah Segitiga jumbo, jilbab panjang langsung, pasminah, segitiga instan, segitiga saudia, pashmina biasa, saudia, rabbani, zoya, khimar, instan, kriwil, instan square, jurana XL.

a) Segitiga Jumbo

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13 jilid 1 Terjemahan: Bob Sabran* (Erlangga:Jakarta, 2003). H. 70

Nur Rahma Qadar wati Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;⁴

“Jilbab segitiga jumbo adalah jilbab segitiga yang berukuran besar misalnya ukuran 1x20 Cm dapat menutup aurat hingga bawar dada”.

b) Jilbab panjang langsung

Huri Safira Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;⁵

“Jilbab panjang langsung adalah model jilbab yang simple tanpa ribet memakainya, jilbab tersebut adalah jilbab yang bisa dipakai secara langsung yang biasanya terdapat pet”.

c) Jilbab pashmina

Ridayani Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;⁶

“Jilbab Pashmina adalah model jilbab yang berbentuk persegi panjang terkadang ada yang licin ada juga yang halus”.

Jilbab pashmina adalah jilbab yang berbentuk persegi panjang, cara pemakaiannya sangat beragam ada yang di lilitkan di belakang leher, ada yang menyilangkannya di leher. Jilbab pashmina saat ini tersedia dengan berbagai macam motif, bahan dan merek. Bahan yang digunakan adalah bahan denim, satin, katun tuwil, sifon, dan bahan-bahan lainnya. Motif full colour dan penuh corak menjadi pilihan mahasiswi-mahasiswi di IAIN Palopo.

⁴Nur Rahma Qadar wati Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 15 Januari 2019.

⁵Huri Safira Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 15 Januari 2019.

⁶Ridayani Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 16 Januari 2019.

d) Segitiga Instan

Ratna Anjani Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mengatakan bahwa;⁷

“Jilbab segitiga instan adalah jilbab yang berukuran sedang yang biasanya bermotif bunga-bunga, kupu-kupu, dan lain-lain”

e) segitiga saudia, pashmina biasa, saudia, rabbani, zoya, khimar, instan, kriwil, instan square, jurana XL.

f) Pashmina Biasa

Jilbab pashmina biasa adalah jilbab yang berbentuk persegi panjang yang sederhana dan simple ketika digunakan, sama seperti pashmina yang lainnya.

g) Saudia

Jilbab saudia adalah jilbab yang berbentuk segiempat kecil, yang kainnya lembut dan simple ketika digunakan

h) Syar'i

Istilah jilbab syar'i adalah seorang perempuan menutup seluruh anggota tubuh dan perhiasannya dengan busana yang dapat menutupinya dari penglihatan laki-laki yang bukan mahramnya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara menutupkan kain pakaian yang di kenakan.⁸ Jilbab syar'i adalah jilbab yang menutup seluruh anggota badan kecuali telapak tangan dan muka, bahan yang digunakan harus tebal dan tidak memunculkan lekuk tubuh dan warna yang digunakan warna-warna gelap seperti hitam, coklat, biru tua.

⁷Ratna Anjani Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 16 Januari 2019.*

⁸Nindi Azizah, “*Perilaku Komunikasi Muslimah Hijab Syar'i Di Desa Kemiri Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo*”, Skripsi (Surabaya: Uin Sunan Ampel, 2016).h.42

i) Khimar

Khimar atau dalam Al-qur'an disebut dengan istilah khumur, adalah kain yang menutupi kepala, leher dan menjulur hingga menutupi dada wanita dari belakang maupun dari depan (termasuk menutupi tulang selangka).

j) Syar'i Masa Kini

Jilbab syar'i masa kini atau jilbab syar'i modern adalah jilbab syar'i yang telah di modifikasi. Supaya tidak terlihat monoton, jilbab syar'i masa kini di buat dengan warna-warna yang lebih cerah dan warna-warna pastel.

k) Instan square

Jilbab instan square adalah jilbab yang tidak berukuran besar, hanya berukuran sedang-sedang, cara pemakaiannya tidak berbeda jauh dengan jilbab instan.

l) Segi empat

Jilbab segi empat adalah jilbab yang berbetuk persegi empat, cara penggunaannya bermacam-macam, ada yang di lipat menjadi segi tiga atau di lipat menjadi persegi panjang.

Safira Saleh Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;

“Kualitas jilbab di online lebih bagus dari pada dipasaran, jilbab online lebih tebal sedangkan jilbab dipasar biasanya tipis, jadi saya lebih senang berbelanja jilbab online”⁹

⁹Safira Saleh, Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Kualitas Jilbab Online: IAIN Palopo, 2018) Tanggal 10 Januari 2019.

Produk berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Menurut Fandy Tjiptono, produk dikatakan berkualitas jika sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sangat penting pula mempertahankan kualitas, karena kualitas yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya, dimana produk yang baik akan menimbulkan keputusan membeli dan nantinya berdampak pada peningkatan keputusan pembelian serta loyalitas pelanggan. Karena semakin tinggi kualitas produk yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi pula permintaan akan produk tersebut semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan ungkapan dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa berbagai macam model jilbab memiliki kualitas produk yang cukup baik dan banyak diminati oleh para Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016, dengan kualitas produk yang sangat menarik perhatian sehingga mereka selalu loyal dalam berbelanja jilbab secara online.

2. Waktu/Kelengkapan Informasi

Perilaku penjual terhadap konsumen memang sangat penting dalam sistem jual beli, khususnya dalam jual beli online, agar konsumen tidak berpaling dalam suatu tempat. Kenyamanan dalam system jual beli online dapat diciptakan dengan mudah, seperti sopan dan santun terhadap konsumen. Karna karakteristik juga

penting dalam sebuah bisnis, karakteristik seseorang yang baik, ramah itu dapat menciptakan rasa nyaman terhadap konsumen.

Puri Pratiwi Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mengatakan bahwa;¹⁰

“Saya merasa nyaman membeli jilbab secara online dari pada dipasaran, karena saya malas berjalan kaki ke pasar, bagi saya belanja lewat online lebih nyaman dan aman”

Waktu memang sangat berperan penting dalam sistem berbelanja online khususnya di daerah kemahasiswaan. Seluruh mahasiswi yang melakukan pembelian jilbab secara online mengakui bahwa dalam berbelanja online mereka merasa nyaman.

3. Kepercayaan Konsumen

Faktor lainnya yaitu kepercayaan konsumen.

Eka Junita Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mengatakan bahwa;¹¹

“yang saya rasakan ketika berbelanja jilbab secara online saya merasa percaya terhadap pusat pembelian, karena sudah terbukti bahwa setiap saya berbelanja pasti barang selalu datang dengan tepat waktu, dan apabila barang kosong juga uang tetap dikembalikan”

Belanja secara online banyak memberikan kebebasan dan kontrol kepada konsumen karena dapat diakses dan memungkinkan untuk membanding-

¹⁰Puri Pratiwi Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model kenyamanan dalam belanja Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 15 Januari 2019.

¹¹Eka Junita Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model kenyamanan dalam belanja Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 21 Januari 2019.

bandingkan produk dan harga. Oleh karena itu, jika konsumen mendapatkan pengalaman yang baik dalam bertransaksi secara online dan merasa yakin tentang transaksi online ataupun belanja di toko online, mereka lebih cenderung memiliki niat membeli lebih tinggi pada situs toko online. Seluruh Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017 yang biasa membeli jilbab secara online merasa percaya akan layanan yang telah diberikan dari pihak yang bersangkutan, mereka selalu dilayani dengan baik dan selalu amanah dalam jual beli jilbab online.

4. Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.¹² Seluruh Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 yang sering membeli jilbab secara online mengatakan bahwa harga jilbab online lebih murah daripada jilbab dipasaran.

Kotler menunjukkan pentingnya unsur harga dalam pengambilan keputusan konsumen. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Biaya hidup yang melonjak dan penurunan daya beli secara umum membuat konsumen lebih sadar terhadap harga dalam perilaku membelanjanya.¹³

¹²Tim, Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (PT. Reality Publisher:Jakarta 2008). h. 450

¹³Philip Kotler & Kelle, Kevin Lane, *Marketing Managemen*, ed. 14 (Perso:United State, 2012). h. 213.

Maudy Mahasiswi Perbankan Syariah Angkatan 2016 mengatakan bahwa;¹⁴

“Biasanya kalau pesan online itu harganya lebih murah, kalau pesan banyak harganya lebih murah, dan kalau dikalkulasikan lebih murah membeli jilbab secara online dari pada dipasar. Walaupun terkadang harganya mahal, tetapi kualitasnya bagus, dan sesuai dengan harga yang diberikan”.

Standar alat tukar (uang) sangat penting untuk menentukan sesuatu harga yang setara dalam jual beli, karena jika harga itu senilai dengan barang yang di beli pembeli dan nilai barang itu seharga dengan alat tukar yang di berikan pembeli kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS An-Nisa/4:29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Oleh sebab itu, harga adalah instrument penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan

¹⁴Maudy Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Pelayanan Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019) Tanggal 11 Januari 2019.

yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga.¹⁵ Peranan harga bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan.

¹⁵Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (CV. Darus Sunnah:Jakarta 2007).h.84

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 melakukan pembelian jilbab secara online adalah kualitas produk, kepercayaan konsumen, waktu/kelengkapan informasi, dan harga.

a. kualitas produk

Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Dengan kualitas produk yang bagus dapat menarik seorang Mahasiswi dalam berbelanja Online daripada dipasaran.

b. Kepercayaan Konsumen

Perilaku penjual terhadap konsumen memang sangat penting dalam sistem jual beli, agar konsumen tidak berpaling dalam suatu tempat. Kenyamanan konsumen itu sendiri berasal dari perlakuan penjual online itu sendiri. Apabila pelayanan dalam belanja online dapat membuat nyaman konsumen, maka seorang konsumen akan menjadikan Langganannya. Mahasiswi tersebut telah mengakui bahwa dalam berbelanja jilbab secara online mendapatkan pelayanan yang cukup baik dengan kesepakatan sebelumnya yang telah disahkan dan dapat dipercaya.

c. Waktu/Kelengkapan Informasi

Faktor lainnya yaitu Waktu/Kelengkapan Informasi. Belanja secara online banyak memberikan kebebasan dan kontrol kepada konsumen karena dapat diakses dan memungkinkan untuk membanding-bandingkan produk dan harga. Belanja Online dapat menghemat Waktu seorang Mahasiswi karena hanya dengan menggunakan smartphone dapat terhubung langsung keinternet untuk membeli suatu barang tanpa harus keluar rumah dan mengeluarkan ongkos jalan.

d. Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Harga jilbab online lebih murah daripada dipasaran sehingga Mahasiswi lebih mengarah ke *Online* daripada dipasaran.

B. *Saran*

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti agar memahami mengenai faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswi melakukan pembelian jilbab secara online.
2. Bagi mahasiswi yang sering melakukan pembelian jilbab secara online agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi belanja online dan pentingnya menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli agar terhindar dari unsur penipuan yang tidak diinginkan (*gharar*) yang menyebabkan kemafsadatan nya jauh lebih banyak dari pada kemaslahannya.

3. Bagi akademisi, untuk penelitian selanjutnya dapat dianalisis faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian jilbab secara online dapat dilihat dari kualitas website, *track record* penjualan dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Dahlan, 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: Ictiar Baru Van Hoeve
- Abu Fathan, 1992. *Panduan Wanita Sholihah*, Asaduddin Press
- Abu Mujadiddul, 2011, *Memahami Aurat dan Wanita*, (Perpustakaan Nasional Lumbung Insane)
- Asnawi, Harlis Faulidi, 2008. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Laskar Press)
- Amstrong, Gery & Philip, Kotler, 2002, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, (Jakarta: Prehalindo)
- Andhini Amelia, 2017. “*Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce*”, *Jurnal* (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya)
- Azizah Nindi “*Perilaku Komunikasi Muslimah Hijab Syar’i Di Desa Kemiri Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo*”, Skripsi (Uin Sunan Ampel: Surabaya, 2016)
- Armila Mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Wawancara* (Model Jilbab Online: IAIN Palopo, 2019)
- Burhan Bungin, 2008. *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana)
- Denis Mcquall, 1992, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga)
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Dr. Drs. I Wayan Suwendra, S.pd., M.Pd., 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Bandung: Nilacakra)
- Dwi Novidiantoko, Chintia Morris Sartono, 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Depublish)
- Fandy Tjiptono, *strategi pemasaran, Edisi ke-2 Cetakan ke-6*, 2011, Yogyakarta: Andi Publisher

- Hasanah Nurul “*Analisis factor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Di Kota Medan*”, Jurnal (Medan:Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017)
- Haya Binti Murabok al Barik, 2001, *Ensiklopedi wanita muslimah* (Jakarta:Darul Falah)
- Ibrahim Abd Al-Muqtadir, 2007, *Wanita Berjilbab Vs Wanita Pesolek*, (Jakarta:Amzah)
- M Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur’an ; Tafsir Al Maudhu’i Atas Berbagai Persoalan Umat*,
- Murthada Muthahari, 1989, *Perspektif Al-Qur’an Tentang Manusia Dan Agama*, (Bandung:Mizan)
- Muhammad Ali Al-Hasyimi, 1997, *Jati Diri Wanita Muslimah*, (Jakarta:Pustaka Kautsar)
- M. Nursing, 2015, *Bisnis Online, Manfaat Media Social dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta,:Kobis)
- M Quraish Shihab, 2004, *Pakaian Wanita Muslimah*, (Jakarta:Lentera Hati)
- M. Quraish Shihab, 2007, *Wawasan Al-Qur’an*, (Bandung:Mizan Pustaka)
- Masyhuri, MP. & Zainuddin, MA, 2008. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung:Refika Aditama)
- Moh.Kasiram, 2010.*Metodologi Penelitian (Refleks Pengembangan Pemahaman Dan Penguasaan Metodologi Penelitian)*, (Malang:UIN Maliki)
- Muhammad 2008, *Muhyidin, Membelah Lautan Jilbab*, (Jakarta:DIVA Press)
- Muhammad bin Muhammad Ali, 2008, *Hijab pakaian penutup aurat istri Nabi SAW*, (PT.Buku Kita)
- Muhammad, Rahmad Kurniawan, 2014.*Visi Dan Aksi Ekonomi Islam*,(Malang:Intimedia)
- Mulhandy Ibn. Haj, dkk., 1986, *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, (Bandung:Espe Press)
- Nana Sudjana, 1998.*Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung:Alumni)

- Philip Kotler & Keller, Kevin Lane, *Marketing Manajemen, ed.14*, 2012, Perso:United State
- Phipip Kotler, *Manajemen pemasaran, Edisi ke-13 jilid 1 terjemahan: Bob Sabran*, 2003, Jakarta:Erlangga
- Philip Kotler & Kelle, Kevin Lane, *Marketing Manajemen, ed. 14*, 2012 Perso:United State
- Prof.Dr.H.M. Burhan Bunging, S.Sos, M.Si, 2010. *Penelitian Kualitatif:Komunikasi,ekonomi, kebijakan public dan ilmu social lainnya*, (Jakarta:PT.Kencana)
- Ronny Hanitijo Soemitro, S.H, 1988, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Semarang:Ghalia Indonesia)
- Rulli Nasrullah, “*Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi)*”2017, (Bandung:Simbiosis Rekatama Media)
- Sakinah Nur, “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hijab (Studi kasus Karyawan Garda Depan PT ADD Yogyakarta)*”, *Jurnal* (Yogyakarta:State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)
- Suharfin Putriana “*Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kota Medan*”, *Jurnal* (Medan:Universitas Sumatera Utara, 2018)

DAFTAR

No	Nama	Kode Responden
1	Shafira Saleh	1
2	Rina	2
3	Sarwana.S	3
4	Maudy Musliani	4
5	Hesra	5
6	Nurrahma Qadarwati	6
7	Ratna Anjani	7
8	Pegi Melati	8
9	Puri Pratiwi	9
10	Andi Siti Nurbaya	10
11	Armila	11
12	Afriyanti M	12
13	Hesti Kandi Pratiwi	13
14	Pipin Wulandari	14
15	Isra Miranti	15
16	Huri Safira	16
17	Resky Yani	17
18	Resky	18
19	Ririn Sabar	19
20	Ridayani	20
21	Verawati Permatasari	21
22	Wilda Yanti	22
23	Syamsinar	23
24	Witri Ananda	24
25	Vhiky Ariani	25
26	Sri Handayani	26
27	Nursafitri	27
28	Eka Junita	28
29	Hasmita	29
30	Astir Parma Putri	30

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)

Pertanyaan :

1. Apakah anda sering melakukan pembelian jilbab secara online?
2. Apa tujuan anda melakukan pembelian jilbab secara online?
3. Apa saja macam-macam model jilbab online yang sudah anda beli?
4. Bagaimana jaminan dalam membeli jilbab online?
5. Bagaimana pelayanan dalam jual beli jilbab secara online?
6. Apa perbedaan kualitas jilbab online dengan jilbab dipasaran?

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan Safira Saleh (Mahasiswi Perbankan Syariah V.E) pada tanggal 10 januari 2019, pukul 14:26 di kampus IAIN Palopo



Wawancara dengan Sarwana .S (Mahasiswi Perbankan Syariah V.E) pada tanggal 10 januari 2019, pukul 14:45 di kampus IAIN Palopo



Wawancara dengan Rina (Mahasiswi Perbankan Syariah V.E) pada tanggal 10 januari 2019, pukul 15:30 di kampus IAIN Palopo



Wawancara dengan Maudy Musliani & Hesra (Mahasiswi Perbankan Syariah V.C) pada tanggal 10 januari 2019, pukul 16:00 di kampus IAIN Palopo

RIWAYAT HIDUP



Nurjannah lahir di Desa Cendana Putih Satu, Kec. Mappedeceng, Kab. Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan Indonesia pada tanggal 10 November 1997. Anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan ayahanda Miskam dan ibunda Damaris. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 118 Ramayana dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 1 Mappedeceng dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMA Negeri 1 Mappedeceng 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.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *Faktor-faktor yang Memengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)*. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.