

**PENGARUH TREND JILBAB TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWI IAIN PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

# **PENGARUH TREND JILBAB TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI IAIN PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



- 1. Dr. Takdir, SH., MH.**
- 2. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.**

**IAIN PALOPO**  
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ani Eskalanti

Nim : 16 0401 0241

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : "Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasikan dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

# IAIN PALOPO

Palopo, 10 November 2021

Yang membuat pernyataan



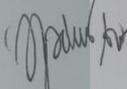
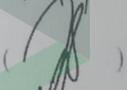
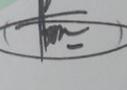
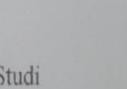
**Ani Eskalanti**  
NIM 16 0401 0241

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo yang disusun oleh Ani Eskalanti dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0241, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyakan pada hari Kamis, 28 Oktober 2021 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 21 Rabiul Awal 1443 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 10 November 2021

### TIM PENGUJI

- |                                     |               |   |
|-------------------------------------|---------------|---|
| 1. Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si., M.M. | Ketua Sidang  | (  ) |
| 2. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.    | Penguji I     | (  ) |
| 3. Arsyad L, S.Si., M.Si.           | Penguji II    | (  ) |
| 4. Dr. Takdir, S.H., M.H.           | Pembimbing I  | (  ) |
| 5. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.   | Pembimbing II | (  ) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

  
Dekan, Muzayyanah M., M.M.  
NIP.19610208199403 2 001

  
Dr. Fasiha, S.EI., M.EI  
NIP.19810213 200604 2 002

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ  
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِمْ وَصَحْبِهِمْ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ ۝

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun masih belum sempurna, guna memenuhi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Shalawat serta salam yang senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan, arahan, masukan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang semuanya sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Subur Santoso dan Ibunda Nur Widayati yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memberikan kasih sayang, doa, semangat serta nasehat-nasehat yang tak pernah putus sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta yang selama ini telah membantu dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak

henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, SE., M.M. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, SE., M.SI., Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, SH., MH. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Hendra Safri, SE., M.M. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, dan Muzayyanah Jabani, ST. M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. selaku Sekretaris Prodi beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
5. Dr. Takdir, SH., MH. dan Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi dan

sekaligus terimakasih kepada Muzayyanah Jabani, ST., MM. dan Arsyad L, S.Si., M.Si. selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan masukan serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelas SE.
7. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Mahasiswa IAIN Palopo terkhusus bagi teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, yang juga banyak memberi masukan melengkapi data-data dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat (Ayu Ashari, Dea Arianti, Alfyyah, dan Aeni) yang selalu memberikan semangat, masukan, dukungan serta motivasi kepada penulis.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas A), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Palopo, 10 November 2021

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fatḥah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو...	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fādilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanā
نَجَّيْنَا	: najjainā
الْحَقِّ	: al-haqq
نُعِمُّ	: nu'ima
عَدُوُّ	: 'aduwwun

Jika huruf ىber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ا). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)  
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*  
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*  
النَّوْعُ : *al-nau'*  
سَيِّئٌ : *syai'un*  
أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba'in al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

*dīnullāh*

بِاللَّهِ

*billāh*

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ     *hum fī rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf

kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:



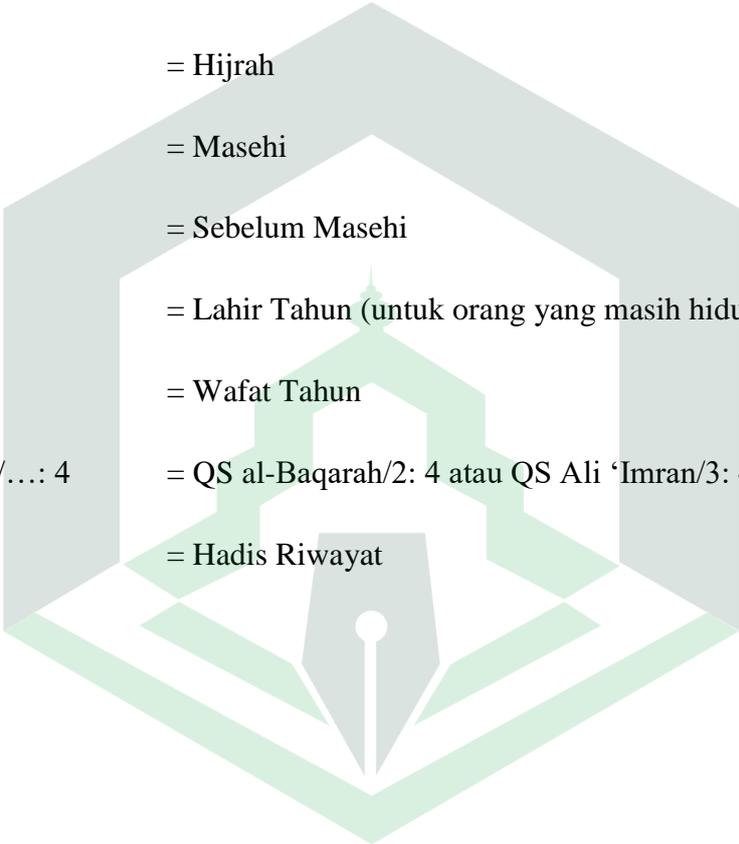
Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Landasan Teori.....	13
C. Kerangka Pikir .....	43
D. Hipotesis Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
C. Definisi Operasional Variabel .....	45
D. Populasi dan Sampel .....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	48
F. Instrumen Penelitian.....	49
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	50
H. Teknik Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
A. Hasil Penelitian .....	55
B. Pembahasan .....	75
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>81</b>
A. Simpulan .....	81
B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS al-Baqarah/2: 168 .....	38
---	----



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR KUTIPAN HADIS

Hadis Tentang Menutup Aurat.....	3
----------------------------------	---



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.2 Data Mahasiswi Ekonomi Syariah .....	47
Tabel 3.3 Kategori Variabel .....	50
Tabel 4.1 Pimpinan Kampus IAIN Palopo .....	59
Tabel 4.2 Fakultas dan Jurusan .....	60
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Periode .....	64
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Uang saku .....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas .....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	75



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	13
Gambar 4.1 Struktur Organisasi FEBI.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	69



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian
Lampiran 2	Daftar Jawaban Responden Variabel Trend Jilbab
Lampiran 3	Daftar Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif
Lampiran 4	Nota Dinas Pembimbing Ujian Munaqasyah
Lampiran 5	Halaman Persetujuan Pembimbing Ujian Munaqasyah
Lampiran 6	Halaman Persetujuan Tim Penguji
Lampiran 7	Nota Dinas Tim Penguji
Lampiran 8	Nota Dinas Pembimbing Seminar Hasil
Lampiran 9	Halaman Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil
Lampiran 10	Halaman Persetujuan Pembimbing Seminar Proposal
Lampiran 11	Nota Dinas Pembimbing Seminar Proposal
Lampiran 12	Halaman Pengesahan Proposal
Lampiran 13	Berita Acara Ujian Seminar Proposal
Lampiran 14	Berita Acara Ujian Seminar Hasil
Lampiran 15	Berita Acara Ujian Munaqasyah
Lampiran 16	Buku Kontrol
Lampiran 17	Kartu Kontrol
Lampiran 18	Surat Izin Penelitian
Lampiran 19	Cek Plagiasi Turnitin
Lampiran 20	Nota Dinas Tim Verifikasi
Lampiran 21	Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Ani Eskalanti, 2021.** “*Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Takdir dan Nur Ariani Aqidah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer melalui studi lapangan (*field research*) dan data sekunder melalui studi pustaka (*library research*). pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 194 responden. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan *SPSS 20 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *trend* jilbab (X) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswi IAIN Palopo.

**Kata kunci:** *Trend* Jilbab, Perilaku Konsumtif



**IAIN PALOPO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Jilbab berasal dari kata kerja “*jalab*” yang berarti memakai sesuatu untuk menutupi yang lain agar tidak terlihat. Masyarakat Islam mengartikan jilbab sebagai pakaian yang digunakan untuk menutupi bagian tubuh seorang perempuan. Bukan hanya bagian kulit luar tubuhnya yang ditutup, melainkan juga bentuk lekuk tubuhnya agar tidak terlihat.<sup>1</sup> Menurut Quraish Shihab dalam bukunya “*Jilbab pakaian wanita muslimah*” jilbab adalah pakaian tertutup yang berupa baju dan kerudung yang dipakai, sehingga jilbab menjadi bagian selimut. Menurut Syaikh Nashiruddin Al-Albani, setiap jilbab adalah hijab, namun tidak semua jilbab itu hijab. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian jilbab adalah berupa kain lebar yang dipakai oleh wanita muslimah untuk menutupi dari bagian kepala, leher sampai ke dada.<sup>2</sup>

Timbulnya globalisasi ekonomi, informasi, dan budaya telah mempengaruhi berbagai aktivitas dalam pemilihan busana. Pergaulan yang melewati batas-batas ini pada akhirnya berdampak pada meluasnya penggunaan jilbab bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Salah satu dampak dari pemakaian jilbab ini adalah maraknya penggunaan jilbab dalam

---

<sup>1</sup>Ratna Wijayanti, *Jilbab Sebagai Etika Busana Muslimah Dalam Perspektif Al-Quran*, (Jurnal Studi Ekonomi Islam, Vol.7, No.2 2017).163

<sup>2</sup>Sri Rizqiningsih, *Analisis Perilaku Konsumen Muslim dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo)*, (Skripsi FSEI IAIN Walisongo, Semarang:2013).45

acara-acara tertentu baik itu acara formal maupun non formal. Seolah-olah jilbab telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Renggi Angreini menunjukkan bahwa gaya berpakaian mahasiswi terbanyak adalah gaya berpakaian jilboob (39%), kemudian gaya berpakaian syar'I (32%), dan terakhir gaya berpakaian Hijaber (29%).<sup>4</sup> Dari data tersebut bisa diartikan bahwa mahasiswi atau perempuan muslimah mengalami perubahan dalam berpakaian maupun dalam *trend* mengenakan jilbab. Persentase juga membuktikan bahwa jilbab menjadi suatu hal yang sedang dicari oleh perempuan hal ini dapat dilihat dari situs pencarian seperti *google* misalnya, pada saat kita mencari kata kunci jilbab maka akan muncul sekitar 86.800.000 hasil/0,5 detik, dan untuk kata kunci *trend* jilbab maka akan muncul 496.000 hasil/0,5 detik.<sup>5</sup> Melihat jumlah persentase pencarian tersebut, menunjukkan bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan jilbab kini selalu ingin diketahui.

Di Indonesia pada tahun 1980-an jilbab mulai berkembang di mana – mana, seiring dengan munculnya kebangkitan para pelajar yang tampil sebagai pergerakan keagamaan. Fenomena ini memiliki identitas yang serupa di hampir seluruh negeri-negeri Islam. Jilbab mewarnai dunia kampus

---

<sup>3</sup>Ati Catur Budiati, *Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa*, (Jurnal Sosiologi Islam, Vol.1, No.1 2011).62

<sup>4</sup>Renggi Anggraini, *Hubungan Gaya Berpakaian Mahasiswi Terhadap Tindakan Kriminal Studi Kasus UIN Sayrif Hidayatullah Jakarta*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Jakarta, 2015).i

<sup>5</sup>Daniati, *Trend Penggunaan Jilbab Dikalangan Mahasiswi Universitas Hasanuddin*, (Skripsi Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2018).3

serta masyarakat kota yang kemudian menjadi sebuah *trend* di kalangan luas. Jelas ini merupakan pemandangan yang luar biasa, tidak sama dengan dekade sebelumnya.<sup>6</sup>

Jawaban lain mengenai penggunaan jilbab dinyatakan oleh Nurhasanah, seorang aktivis partai politik yang berlatar belakang pendidikan sarjana ekonomi. Menurutnya, jilbab adalah kewajiban agama seperti halnya kewajiban shalat dalam Islam.<sup>7</sup> Ia mengambil perbandingan, jika dalam peraturan sekolah harus menggunakan pakaian seragam tertentu, maka dalam ajaran Islam pun ada aturan cara pakainya seperti yang terdapat dalam hadist Abu Daud :

حَدَّثَنَا الْوَلِيدُ عَنْ سَعِيدِ بْنِ بَشِيرٍ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ خَالِدِ قَالَ يَعْقُوبُ ابْنُ دُرَيْكِ عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ أَسْمَاءَ بِنْتَ أَبِي بَكْرٍ دَخَلَتْ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَعَلَيْهَا ثِيَابٌ رَفِاقٌ فَأَعْرَضَ عَنْهَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَقَالَ يَا أَسْمَاءُ إِنَّ الْمَرْأَةَ إِذَا بَلَغَتِ الْمَحِيضَ لَمْ تَصْلُحْ أَنْ يُرَى مِنْهَا إِلَّا هَذَا وَهَذَا وَأَشَارَ إِلَى وَجْهِهِ وَكَفْفَيْهِ. (رواه أبو داود).

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Al Walid dari Sa'id bin Basyir dari Qatadah dari Khalid berkata; Ya'qub bin Duraik berkata dari 'Aisyah radliallahu 'anha, bahwa Asma binti Abu Bakr masuk menemui Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam dengan mengenakan kain yang tipis, maka Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam pun berpaling darinya. Beliau bersabda: "Wahai Asma, sesungguhnya seorang wanita jika telah baligh tidak

<sup>6</sup>Meitia Rosalina Yunita Sari, *Jilbab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern (Studi Kasus Dikalangan Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Dirasat Islamiyah Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta)*, (Tesis UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2016).5-6

<sup>7</sup>Neng Dara Affah, *Islam, Kepemimpinan Perempuan, dan Seksualitas*, (Cet1; DKI Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia,2017).91-92

*boleh terlihat darinya kecuali ini dan ini -beliau menunjuk wajah dan kedua telapak tangannya." (HR. Abu Daud).<sup>8</sup>*

Kampus IAIN Palopo yang berbasis Islam, pasti juga menerapkan konsep-konsep Islam, yang sudah diatur tentang cara mahasiswa berpakaian maupun cara dalam bergaul yang baik di lingkungan kampus khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Program studi ekonomi syariah merupakan program studi yang banyak diminati oleh mahasiswanya, sebab dianggap sebagai jurusan yang "elegant", tidak heran banyak mahasiswi yang berpakaian modis dan trendy dibandingkan dengan fakultas yang lain. Banyaknya mahasiswi dengan fakultas yang dianggap *trendy* dilingkungan kampus, membuat mereka tidak mau ketinggalan perkembangan *trend* termasuk *trend* mengenai jilbab.

Kampus IAIN Palopo terkhusus pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah mahasiswi mengenakan jilbab tidak hanya sekedar berjilbab menutup aurat saja melainkan dari bentuk dan model jilbab yang dipakai dapat dikreasikan tergantung sesuai dengan selera pemakainya.<sup>9</sup> Jilbab yang digunakan pada umumnya adalah jilbab yang mudah dikreasikan sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Rosita Handayani, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fashion hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi karena banyaknya mahasiswi yang

---

<sup>8</sup>Abu Daud Sulayman ibn al-asy'ats ibn Ishaq al-Azdi as-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab. Al-Libas, Juz 3, No. 4104, (Darul Kutub 'Ilmiyah: Beirut-Libanon, 1996 M), .64.

<sup>9</sup>Hasil pengamatan dikampus IAIN palopo (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), Tanggal 19 November 2018.

mengikuti perkembangan *trend* hijab. Hal ini yang mendorong munculnya perilaku konsumtif dikalangan mahasiswi.<sup>10</sup> Jilbab menjadi salah satu penunjang dalam berpenampilan mereka, maka tidak ada salahnya menggunakan jilbab yang sedang *trend* sesuai dengan gaya anak muda yang kekinian. Fenomena mengikuti *trend* jilbab, padahal masih memiliki jilbab yang bagus dan masih layak pakai, belum lagi keinginan untuk memadupadankan antara warna pakaian dan warna jilbab untuk terlihat lebih menarik, namun pada akhirnya hanya dijadikan koleksi.

Seiring dengan keinginan konsumen yang kini telah berubah menjadi gaya hidup membuat pola konsumsi pun juga ikut berubah. Akibat pengaruh mode serta *trend* yang ada, kesan jilbab yang terlihat modis dan menarik menjadikan jilbab tidak hanya digunakan sebagai penutup aurat tetapi sebagai salah satu gaya berpakaian agar terlihat menarik dan kekinian . hal tersebut menjadikan jilbab kini bukan lagi sebagai kebutuhan tetapi sebuah keinginan untuk mengikuti *trend meskipun* sebenarnya barang tersebut tidak begitu dibutuhkan. Padahal *trend-trend* yang mereka ikuti saat ini tidak sesuai dengan aturan yang diterapkan dikampus IAIN Palopo. Berjilbab bagi seorang muslimah bukanlah sebagai ajang untuk mengikuti *trend* tetapi sebagai salah satu syariat dalam agama Islam.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang: “Pengaruh *Trend* Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo”

---

<sup>10</sup>Rosita Handayani, *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*, (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta:2019).4

## **B. Rumusan Masalah**

Serangkaian dari penjelasan latar belakang di atas, permasalahan yang akan diteliti penting untuk memiliki struktur sebagai dasar dalam melakukan penelitian agar objek yang akan diteliti mampu untuk diselesaikan permasalahannya. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah *trend* jilbab berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini mampu memberikan manfaat yang diharapkan oleh penulis diantaranya:

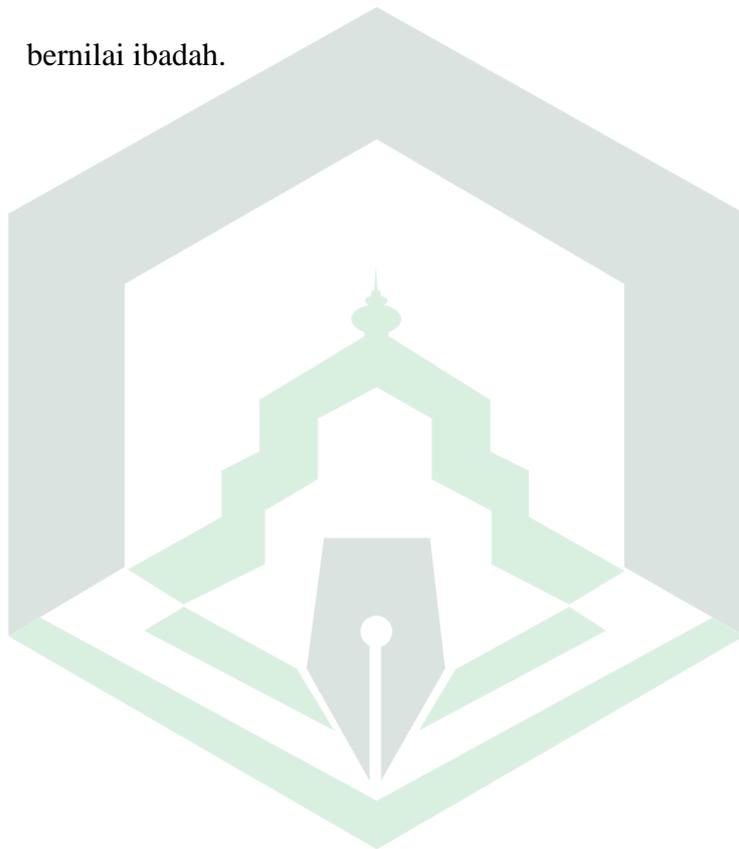
### **1. Manfaat Empiris**

1. Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang perilaku konsumsi yang baik sesuai dengan aturan konsumsi menurut Islam.
2. Bisa dijadikan referensi bagi peneliti-peneliti lainnya di masa yang akan datang.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Produsen, dapat dijadikan peluang bisnis dan untuk lebih mengetahui kebutuhan dari konsumen muslim yang sesuai dengan syariat Islam.

- b. Konsumen, memberikan informasi kepada konsumen muslim tentang batasan-batasan dalam konsumsi yang disyari'atkan Islam.
- c. Akademis, dapat memahami bahwa mengkonsumsi tidak hanya memenuhi keinginan sesaat tetapi memperhatikan manfaat dan batasan konsumsi sehingga setiap aktivitas konsumsi dapat bernilai ibadah.



**IAIN PALOPO**

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan perbandingan dan referensi yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini dilakukan guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan peneliti yang pernah ada.

1. Siti Maryam meneliti tentang *Pengaruh Perubahan Trend Jilbab dan ketertarikan Fashion Berjilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syarifuddin Jambi*. Hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa berdasarkan uji t (parsial) perubahan *trend* jilbab dan ketertarikan *fashion* berjilbab berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syarifuddin Jambi. Dan berdasarkan hasil uji F (simultan) perubahan *trend* jilbab dan ketertarikan *fashion* berjilbab secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syarifuddin Jambi. Berdasarkan hasil sumbangan efektif (SE) variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif adalah variabel ketertarikan *fashion* berjilbab sebesar 22,9%.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Siti Maryam, *Pengaruh Perubahan Trend Jilbab dan ketertarikan Fashion Berjilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syarifuddin Jambi*, (Skripsi, Jambi:2020).77

Relevansi dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Maryam dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang trend jilbab serta perilaku konsumtifnya. Bedanya pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Maryam terdapat tiga variabel penelitian perubahan trend jilbab, ketertarikan fashion berjilbab dan perilaku konsumtif sedangkan peneliti hanya dua variabel penelitian yakni trend jilbab dan perilaku konsumtif.

2. Daniati meneliti tentang *Tren Penggunaan Jilbab di Kalangan Mahasiswa Universitas Hasanuddin*. Hasil penelitian disimpulkan bahwa: 1) Persepsi mahasiswa dalam memahami apa itu jilbab berbeda-beda berdasarkan jenis kategori jilbab yang dikenakan mahasiswa. 2) Jenis-jenis jilbab yang dipakai mahasiswa Universitas Hasanuddin ada tiga yaitu jilbab syar'I, biasa dan jilbab gaul. Pada dasarnya mahasiswa Universitas Hasanuddin sudah lama memakai jilbab, ada yang semenjak masuk SD, SMP, dan sekolah menengah ke atas, namun seiring berjalannya waktu terjadi perubahan cara memakai jilbab. Dari yang dulunya memakai jilbab biasa berubah memakai jilbab syar'I, adapula yang memakai jilbab gaul. 3) Alasan yang melatarbelakangi mahasiswa sehingga mengenakan jilbab syar'I dikarenakan mahasiswa tahu bahwa perempuan harus memakai jilbab dan menutup auratnya. Alasan mahasiswa yang memakai jilbab biasa memilih jilbab seperti yang mereka kenakan (jilbab biasa) ada yang dikarenakan merasa praktis jika ia mengenakan jilbab tersebut. Ada yang karena melihat

teman memakai jilbab hingga memutuskan memakai jilbab, ada pula yang memakai karena alasan suka dengan model (jilbab biasa) baginya jilbab lain tidak cocok dengan dirinya. Bagi mahasiswi yang memakai jilbab gaul, memilih mengenakan jilbab pilihannya karena menganggap dirinya lebih *stylish*, modis setelah mengenakan jilbab. 4) manfaat yang didapatkan mahasiswi setelah mengenakan jilbab, mereka merasa dihargai, modis dan percaya diri, serta merasa aman setelah mengenakan jilbab. Jilbab saat ini bukan hanya sebagai simbol agama, akan tetapi juga memiliki fungsi lain bagi pemakainya. Seseorang memakai jilbab akan merasa terlindungi dan merasa aman.<sup>12</sup>

Relevansi dari penelitian yang dilakukan oleh Daniati dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang trend jilbab. Bedanya penelitian yang dilakukan oleh Daniati meneliti tentang penggunaan dari jilbab sedangkan peneliti tentang bagaimana perilaku konsumtif tentang mahasiswi terhadap trend jilbab.

3. Rosita Handayani meneliti tentang *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*. Hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Dari hasil perhitungan di dapatkan persamaan regresi yaitu konstanta sebesar 5,165. terdapat pengaruh dari *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mencapai 5,165. hasil nilai koefisien pada variabel

---

<sup>12</sup>Daniati, *Tren Penggunaan Jilbab di Kalangan Mahasiswi Universitas Hasanuddin*, (Skripsi, Makassar:2018).80-81

pengaruh *fashion* hijab adalah 224 bernilai positif, artinya apabila *fashion* hijab nilainya naik satuan maka akan menaikkan perilaku konsumtif sebesar 224. Nilai sig atau probabilitas sebesar  $0,008 > 0,05$  (5%). Perilaku konsumtif sendiri secara signifikan dipengaruhi oleh *fashion* hijab yang di dalamnya terdapat indikator hijab, merek dan gaya hidup akan tetapi ada faktor lainnya yang mempengaruhi seperti dalam pembelian dipengaruhi oleh faktor dari keluarga maupun dari teman.<sup>13</sup> Relevansi dari penelitian yang dilakukan oleh Rosita Handayani dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh *trend* jilbab serta perilaku konsumsifnya. Bedanya terletak pada populasi dan sampel yang digunakan peneliti adalah Mahasiswi IAIN Palopo sedang peneliti Rosita Handayani adalah Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga.

4. Ade Minanda, Suharty Roslan dan Dewi Anggraini meneliti tentang *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perilaku konsumtif belanja online mahasiswa fakultas social dan ilmu politik tercermin pada perilaku yang menunjukkan adanya, a). Belanja untuk menjaga penampilan diri agar terlihat menarik dan modis sehingga mahasiswa merasa percaya diri dengan apapun yang mereka pakai. b). Belanja karena adanya diskon sehingga menimbulkan perilaku konsumtif

---

<sup>13</sup>Rosita Handayani, *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora*, (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019).60

mahasiswa karena ketika belanja online mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan. c). Belanja untuk mengikuti trend *fashion* yaitu perilaku yang mengikuti gaya yang sedang populer selama kurun waktu tertentu. d). Belanja karena terpengaruh iklan di mana iklan menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk dapat mempengaruhi perilaku serta pikiran seseorang sehingga orang tersebut terbujuk untuk membeli produk-produk online.

Faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif belanja online mahasiswa fakultas ilmu social dan ilmu politik adalah: a). faktor internal yaitu motivasi belanja adalah adanya dorongan keinginan yang dimiliki mahasiswa ketika belanja produk-produk online yang disukainya, persepsi mengenai belanja online yaitu anggapan mahasiswa bahwa belanja online merupakan salah satu media yang memudahkan dalam aktivitas belanja sehingga mahasiswa lebih memilih belanja online ketimbang offline. b). faktor eksternal yang mendorong seseorang dalam aktivitas belanja online yaitu kebiasaan masyarakat belanja online yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat sehingga kebiasaan ini dapat mempengaruhi orang lain khususnya mahasiswa untuk ikut dalam aktivitas belanja online. Kelompok pertemanan merupakan faktor yang mendorong mahasiswa untuk terus ikut serta dalam aktivitas belanja online.<sup>14</sup> Relevansi dari penelitian yang dilakukan oleh Ade Minanda, Suharty Roslan dan Dewi

---

<sup>14</sup>Ade Minanda, Suharty Roslan & Dewi Anggraini, *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*, (Jurnal Neo Societal, Vol.3, No.2 2018).439

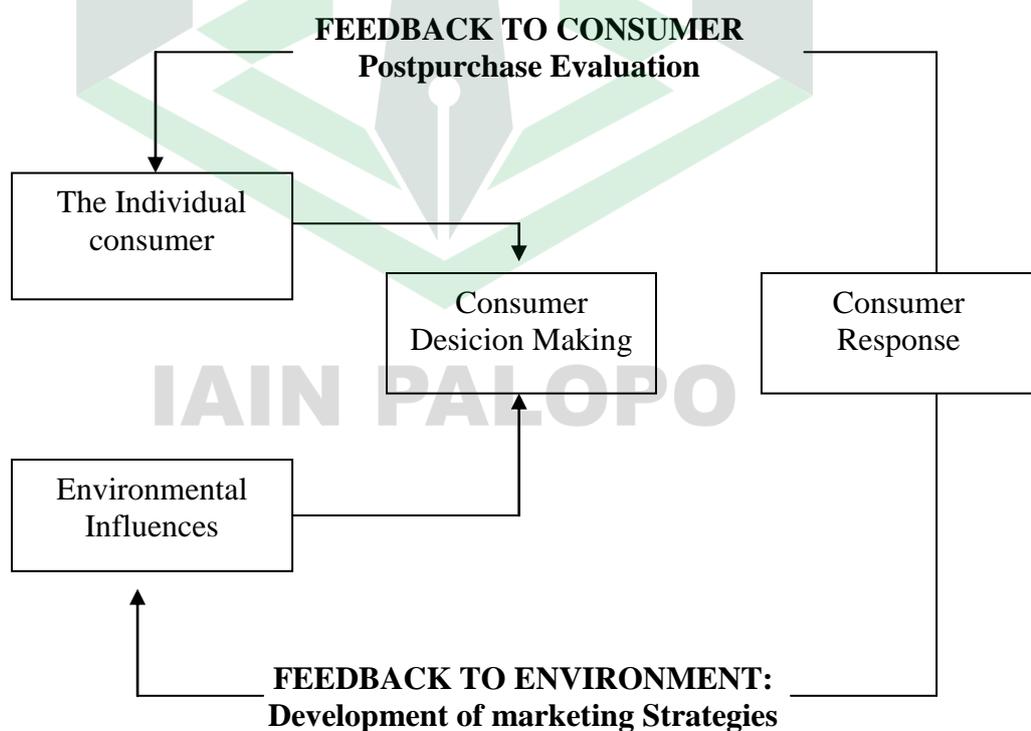
Anggraini dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif sedangkan metode yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif.

## B. Landasan Teori

### 1. Untuk menjelaskan permasalahan/fenomena yang akan diteliti pada penelitian ini maka teori yang digunakan adalah:

#### A. Teori Perilaku Konsumen

Untuk memahami perilaku konsumen adalah model rangsangan dan tanggapan yang ditunjukkan oleh seseorang, di mana rangsangan tersebut telah memasuki kesadaran untuk meresponnya. Menurut Assael secara sederhana model perilaku konsumen diperlihatkan dalam gambar berikut:



Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Menurut Assael

Menurut gambar di atas, Assael mendefinisikan keputusan pengambilan keputusan konsumen adalah proses merasa dan mengevaluasi informasi merek, mempertimbangkan bagaimana alternative merek memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan pada suatu merek.

Menurut Assael ada dua pengaruh luas yang menentukan pilihan konsumen. Pengaruh pertama yaitu konsumen individu yang mana kebutuhan, persepsi merek, karakteristik, dan sikap kearah alternatif yang mempengaruhi pilihan merek. Pengaruh kedua dari pengambilan keputusan konsumen adalah lingkungan pembelian konsumen digambarkan dengan budaya (norma dan nilai masyarakat), dengan sub-budaya (bagian dari masyarakat dengan norma-norma berbeda dan nilai dalam kehidupan tertentu) dan dengan kelompok bertatap muka (teman, anggota keluarga dan kelompok referensi).

Ketika konsumen telah membuat keputusan maka evaluasi pasca pembelian, digambarkan sebagai umpan balik untuk konsumen individu akan berlangsung. Selama dalam proses evaluasi, konsumen akan belajar dari pengalaman dan mungkin akan merubah pola dalam memperoleh informasi, mengevaluasi merek dan memilih suatu merek. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dengan merek yang sama akan dipengaruhi oleh pengalaman pengkonsumsi dari konsumen itu sendiri. pandangan terhadap perilaku konsumen bukanlah hal yang mudah untuk

dilakukan, karena terdapat banyak faktor yang berpengaruh dan saling interaksi satu sama lainnya.<sup>15</sup>

## B. Teori Budaya Konsumsi

Teori Budaya Konsumsi merupakan teori yang dikemukakan oleh Baudrillard. Baudrillard mengidentifikasi tumbuhnya masyarakat konsumsi sebagai salah satu dampak dari globalisasi. Dalam masyarakat konsumsi, terdapat kecenderungan ketika seseorang membeli barang bukan karena nilai guna atau manfaatnya, melainkan karena gaya hidup (*life style*) demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan dan mode.<sup>16</sup>

Pengertian budaya adalah seperangkat pola perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari masyarakat tertentu.<sup>17</sup> Sedangkan Konsumen adalah tidak membeli produk, tetapi citra (*image*). Dalam berbelanja barang, tujuan utama bukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan lebih sebagai sarana untuk mengonsumsi tanda (*sign*), yaitu untuk meraih pertanda (*signified*) berupa mendapatkan gengsi dan pengakuan sosial.<sup>18</sup> Disini nilai guna barang telah bergeser menjadi nilai tanda barang yaitu untuk mendapatkan atau menaikkan citra pribadi agar dianggap gaul dan *modern*. Di era globalisasi sekarang ini telah melahirkan apa yang disebut sebagai budaya

---

<sup>15</sup>Astri Rumondang Bajarnahor, dkk, *Strategi Bisnis Pariwisata*, (Cet.1, Medan: Yayasan Kita Menulis 2021)

<sup>16</sup>Haryanto Sindung, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media,2016).48

<sup>17</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Ed.1, Cet.1, Bogor: Kencana, 2003).333

<sup>18</sup>Haryanto Sindung, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media,2016).49

massa yang terwujud secara nyata berupa tumbuhnya budaya konsumerisme di kalangan masyarakat. Budaya ini telah meruntuhkan akal sehat karena orang tidak lagi membedakan antara keinginan (*want*) dan kebutuhan (*needs*).<sup>19</sup> Orang tidak lagi dapat membuat skala prioritas untuk menentukan berdasarkan kebutuhan yang paling mendesak.

Menurut Baudrillard konsumsi kini menjadi faktor mendasar dalam ekologi spesies manusia. Baudrillard bersimpulan bahwa mekanisme sistem konsumsi pada dasarnya berangkat dari nilai tanda atau nilai simbol, bukan pada kebutuhan atau manfaat. Dalam masyarakat konsumen seperti saat ini kehidupan manusia lebih banyak dipengaruhi oleh tanda dan simbol. Di mana orang membeli barang bukan karena kegunaannya tetapi dalam barang itu ada nilai simbol yang menunjukkan status.<sup>20</sup> Hubungan teori di atas dengan penelitian yang dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi ekonomi syariah terlihat dari hasil penelitian di mana *trend* jilbab berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di karenakan mahasiswi membeli jilbab karena mengikuti gaya hidup sehingga mendorong mahasiswi ekonomi syariah membeli jilbab bukan karena manfaat/nilai gunanya tetapi hanya takut ketinggalan oleh sebuah *trend*.

---

<sup>19</sup>Haryanto Sindung, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media,2016).49

<sup>20</sup>Wagiyo dkk, *Teori Sosiologi Modern*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka,2012).43

## 2. *Trend Jilbab*

### A. *Trend*

Dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia istilah *trend* adalah kecenderungan, cenderung, yang menjadi idola. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia cenderung adalah menaruh minat (keinginan) dan kecenderungan merupakan kecondongan (hati); keinginan (kesukaan). Dalam konteks ini trend merupakan kecenderungan seseorang dalam menggunakan jilbab yang sesuai dengan minat masyarakat. *Trend* adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan tersebut bisa bertambah ataupun berkurang. Perubahan bertambah disebut trend positif atau mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, perubahan berkurang disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun. Trend adalah suatu aliran dalam dunia mode yang mengalami perubahan penampilan setiap setahun sekali.<sup>21</sup> Pada saat kita berbicara mengenai trend adalah suatu kecenderungan naik turun, maka salah satu hal yang termasuk di dalamnya adalah mode. Mode atau fashion adalah suatu kebiasaan yang diterima oleh masyarakat dalam kurun waktu tertentu (kebiasaan yang dimasukkan adalah berjilbab).

Mode akan berubah dari masa ke masa. Apabila mode baru muncul, maka mode sebelumnya lambat laun dianggap kuno dan akan ditinggalkan.

---

<sup>21</sup>Irmawati, *Pengaruh Perubahan Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Mataram Perspektif Teori Islam (Studi Kasus Mahaiswi Jurusan Ekonomi Syariah 2013 IAIN Mataram)*, (Skripsi,FSEI IAIN Mataram, Mataram:2017).10-11

Mode dapat berulang kembali dalam beberapa tahun. Mode baru bertitik tolak pada mode sebelumnya dan tampil kembali dengan variasi yang baru. Sebagai ciri utama mode yaitu dengan adanya perkembangan, sebab suatu model akan dikatakan mode apabila model tersebut sedang mengalami perhatian masyarakat sebagai sesuatu yang sedang disenangi dan dipergunakannya. Apabila laju perkembangan dari suatu model itu sudah mencapai puncaknya dan telah menjadi tradisi dalam masa yang tidak ada batasannya, model tersebut (jilbab) sudah tidak dapat lagi dikatakan sebagai mode.<sup>22</sup> Mode adalah sesuatu yang mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Mode selalu mempunyai tempo terhadap kepopulerannya. Terlebih lagi mode terhadap jilbab, jilbab merupakan salah satu kebutuhan pokok mahasiswi yang dikategorikan dalam hal yang mengalami perubahan secara cepat.

Mode memiliki sifat-sifat yang selalu melekat padanya, yaitu:<sup>23</sup>

- a. Mempunyai pengaruh penampilan yang kuat, sehingga masyarakat tertarik kepada model-model yang ditampilkan karena model-model yang ditampilkan disesuaikan dengan selera masyarakat, tingkatan sosial ekonomi masyarakat, tingkat umur, lingkungan/kondisi masyarakat.

---

<sup>22</sup>Linda Rania, *Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi UIN Yogyakarta, Yogyakarta:2018).10

<sup>23</sup>Linda Rania, *Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, (Skripsi UIN Yogyakarta, Yogyakarta:2018).11

- b. Mode mempunyai sifat komersial, berarti dapat menguntungkan atau merugikan.
- c. Mode bukan sesuatu penemuan yang baru, akan tetapi dengan dasar-dasar yang telah ada muncul kembali dengan gaya yang baru.
- d. Mode ada hubungannya dengan produksi tekstil, perlengkapan pakaian, milineris dan aksesoris.

## B. Jilbab

### 1) Pengertian Jilbab

*Jalabib* jamak dari jilbab yang berarti kain atau pakaian yang dijulurkan dari atas sampai kebawah untuk menutupi anggota badan perempuan kecuali telapak tangan dan matanya. Berbagai versi para ulama tafsir mengartikan kata hijab atau jilbab, sebagai berikut:

Ibnu al-Atsir mengatakan: jilbab merupakan mantel dan jubbah yang dipakai perempuan untuk menutupi bagian tubuhnya. Syekh Abdul Aziz Ibnu Khalaf berkata: Dan definisi jilbab itu tidak terbatas hanya pada satu nama, jenis, dan warna namun jilbab adalah pakaian yang digunakan oleh perempuan untuk menutupi tempat-tempat perhiasannya.<sup>24</sup>

### 2) Model-Model Jilbab

Model jilbab di Indonesia sangat bervariasi Contohnya:

- a) Jilbab Syar'i. Jilbab syar'i adalah jilbab yang menutupi anggota badan kecuali telapak tangan dan muka, bahan yang digunakan pun tebal dan tidak transparan. Jilbab syar'i harus longgar dan tidak

---

<sup>24</sup>Prof. Dr. Zaitunah Subhan, *AL-QURAN DAN PEREMPUAN: Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran*, (Cet.1, Jakarta: Prenadamedia Group,2015).343

memunculkan lekuk tubuh dan warna yang digunakan adalah warna-warna gelap seperti hitam, coklat, dan biru tua.

- b) Jilbab Syar'i Masa Kini. Jilbab syar'i masa kini (*modern*) adalah jilbab syar'i yang telah dimodifikasi dan dibuat dengan warna-warna yang lebih cerah agar penampilan menjadi cantik dan terlihat lebih muda. Jilbab syar'i masa kini muncul dengan berbagai macam nama, misalnya khimar mini, khimar kriwil, jilbab antem (anti tembem), khimar non pet, jilbab al azhar (jilbab instan dengan tali disamping kiri kanan).
- c) Jilbab Segi Empat. Jilbab segi empat adalah jilbab yang berbentuk persegi empat, jilbab ini bermacam-macam modelnya, jilbab paris polos, jilbab segi empat motif dengan berbagai macam merek dan bahan yang digunakan.
- d) Jilbab Pashmina. Jilbab pashmina adalah jilbab yang berbentuk persegi panjang, cara pemakaiannya pun beragam ada yang dililitkan dibelakang leher dan ada yang hanya menyilangkannya dileher.<sup>25</sup> Jilbab pashmina saat ini tersedia dengan berbagai macam motif, bahan dan merek.

### 3) Kriteria Berjilbab

Kriteria berjilbab diantaranya adalah:<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Nur Silvia Hidayanti, *Trend Model Berjilbab Di Kalangan Mahasiwi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto*, (Skripsi IAIN Purwokerto, Purwokerto:2017).15-17

<sup>26</sup>Kemertrian Agama RI, *Kedudukan dan Peran Perempuan (Tafsir Alquran Tematik)*, (Jakarta: Aku bisa,2012).128

- a) Busana/berjilbab dapat menutup seluruh aurat yang wajib untuk ditutupi.
- b) Tidak tipis, agar warna kulit pemakainya tidak tampak atau terlihat dari luar.
- c) Tidak merupakan pakaian untuk dibanggakan atau busana yang mencolok mata.
- d) Tidak longgar/ jangan terlalu sempit (ketat) agar tidak nampak bentuk tubuh saat dipakai.
- e) Tidak merupakan bentuk perhiasan atau kecantikan.
- f) Tidak sama dengan pakaian yang dipakai lakilaki.
- g) Berbeda dengan pakaian khas pemeluk agama lain.

### C. *Trend* Jilbab

*Trend* jilbab merupakan jilbab dengan berbagai model gaya. Agama Islam menghendaki para pemeluknya agar berpakaian sesuai fungsinya, yaitu menutup aurat. Hal ini karena menampakkan aurat bisa menimbulkan dampak negatif bagi memperlihatkan dan yang melihatkannya<sup>27</sup>. Jilbab sering dipandang sebagai identitas sebagai islam karna semua orang tau bahwa Islam mewajibkan wanita (muslimah) untuk mengenakan jilbab. Terlepas dari adanya kewajiban memakai jilbab bagi wanita sejarah mencatat bahwa jilbab merupakan pakaian kebesaran umat Islam. Memakai jilbab wajib hukumnya bagi wanita muslimah selain itu jilbab juga sebagai identitas sebuah kebaikan, kesopanan dan ketaatan.

---

<sup>27</sup>M.Qurais Shibab, Jilbab ( Tangerang Selatan: Lanteran hati,2014).53

Dalam penggunaannya pun telah diatur sedemikian rupa dalam al-Quran yang mana dalam menggunakan jilbab tidak boleh transparan, tidak boleh memperlihatkan lekuk tubuh, sederhana serta tidak mencolok. Namun, seiring perkembangan zaman pengaruh modernisasi tidak dapat ditolak dan mampu mempengaruhi penggunaan jilbab bagi perempuan muslimah, khususnya mempengaruhi cara berpakaian dan penggunaan jilbab bagi wanita muslimah. Jika dulunya jilbab hanya sebuah kain polos berwarna gelap dan dinilai tidak dapat mengikuti perkembangan zaman, namun tampil cantik dan modis dengan gaya elengan dan fememim sekarang dapat dinikmati dengan balutan busana muslimah.<sup>28</sup>

Anak muda sekarang banyak yang menggemari *trend* busana muslimah. Misalnya saja, para mahasiswi banyak yang mengenakan jilbab saat diikampus, dan mereka tidak ragu lagi untuk mngenakan jilbab sebaga busana keseharian mereka. Para siswi sekarang ini juga yang mengenakan jilbab sebagai seragam sekolah maupun pakaian keseharian mereka baik dirumah ataupun pada saat *hang out* bersama teman-temannya. Para ibu-ibu kantoran atau para wanita karir makin menggemari jilbab sebagai busana mereka. Mereka meyakini bahwa walaupun memakai jilbab, mereka tetap masih dapat tampil modis dan *fashionable* mengikuti perkembangan sekarang ini. Jenis model jilbab

---

<sup>28</sup>Yasinta Fauziah Novitasari, *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang alasan Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo HijabersCommunity)*, (Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Univervitas Sebelas Maret, Surakarta:2014).3

yang beragam dengan motif, model dan *accessoris* yang mendukungnya menjadi daya tarik tersendiri. Seperti halnya mahasiswi yang mengenakan jilbab dengan berbagai modifikasi sesuai *trend* yang ada dan mengikuti perubahan zaman saat ini. Selain berfungsi untuk menutup aurat, jilbab juga sebagai hiasan para wanita untuk mempercantik dan memperindah dirinya. Fenomena itulah yang mengakibatkan munculnya trend dalam berjilbab serta makna dari itu sendiri bagi mahasiswi IAIN Palopo khususnya mahasiswi ekonomi syariah.

Jilbab atau kerudung sudah menjadi ciri khas muslimah. Pesatnya suatu trend berjilbab membuat banyak perempuan mengekspresikan identitas modern dan keagamaannya. Subandy Ibrahim berpendapat bahwa hampir semua perempuan memakai jilbab merasa dirinya lebih baik dari sebelumnya, walaupun secara esensi tidak berarti mereka selalu lebih sholehah dari perempuan yang tidak berjilbab.<sup>29</sup> Namun, semuanya kembali bahwa inti dari memakai jilbab adalah menutup aurat. Di era saat ini, jilbab tidak hanya dipandang sebagai pakaian yang serba tertutup dan membosankan, jilbab sering menjadi sebuah ciri khas sekelompok orang. *Trend* jilbab yang bersifat *fashionable* tidak terlepas dari perkembangan media saat ini, maraknya sinetron atau film-film bergendre religi yang menggambarkan wanita berjilbab. Media saat ini juga sangat berperan

---

<sup>29</sup>Idi Subandy Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (dinamika popscape dan mediascape di Indonesia Kontemporer)*, (Cet.1, Yogyakarta: Jalasutra, 2007). 249

aktif dalam terjadinya perubahan trend saat ini, misalnya saja instagram, facebook, dan jejaring sosial lainnya. Pesatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat.

Banyak pelaku dunia sosial media seperti artis dan selegram yang menggunakan jilbab dan banyak dari kita yang memang sebagai penikmat dan pelaku dunia maya sering sekali menjadikan mereka sebagai *trendsetter* dalam berjilbab maupun berpakaian. Sering kali juga media sosial dijadikan sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk, contohnya jilbab. Pada saat ini jilbab menjadi hal yang cukup populer di masyarakat Indonesia, ini karena beberapa faktor salah satunya adalah karena adanya tekanan informasi yang memberikan dampak perkembangan jilbab di Indonesia. Tekanan informasi ini dapat dilihat dari beberapa media informasi misalnya televisi, majalah, internet dan masih banyak lagi yang memberikan informasi tentang hijab.<sup>30</sup> Maraknya media informasi memunculkan model jilbab tersendiri. Semakin banyaknya perempuan menggunakan jilbab serta besarnya keinginan perempuan untuk beraktualisasi diri serta mengubah gaya jilbabnya, hal inilah yang membangkitkan perempuan yang berjilbab untuk mencari informasi. Model atau gaya memakai jilbab saat ini lebih kreatif dan variatif. Pemakaian jilbab tidak

---

<sup>30</sup>Khusnul Latifa, *Hijabers di Era Informasi (Studi Information Sharing dan Gaya Hidup hijabers Komunitas Hijaber Surabaya)*, (Skripsi Universitas Airlangga Surabaya, 2014).3

hanya sekedar menggunakan kain sederhana yang menutupi sebagian tubuh, namun mereka tetpa bisa mengkreasikan jilbabnya sesuai yang mereka inginkan sehingga terlihat lebih modis.

Jilbab di kalangan mahasiswi tidak semata-mata persoalan kewajiban atau tuntutan, tetapi juga motivasi lainnya. Hal ini terlihat dari beberapa variasi jilbab yang digunakan mahasiswi. Gejala ini menjadi tanda bahwa motivasi berjilbab telah berkembang dari tuntutan syari'at atau hokum normatif kepada bentuk bentuk lainnya sebagai adaptasi dengan perkembangan dunia sosial. Salah satu dunia sosial yang bersifat menentukan berkembangnya motivasi berjilbab secara kompleks adalah *fashion* atau gaya berbusana. Busana muslimah yang awalnya dipandang sebagai bentuk-bentuk tradisional dengan sifat normatifnya berkembang menjadi bagian yang hidup dalam dunia mode. Jilbab berkembang bukan lagi persoalan menutup aurat atau tuntutan syari'at lainnya., tetapi menjadi bagian dari perkembangan mode dan masyarakat modern.

Istilah *jilboob* juga sempat ramai diperbincangkan di Indonesia, *jilboob* adalah gaya berjilbab yang masih memperlihatkan lekuk bagian tubuh wanita, *jilboob* yaitu jilbab yang masih memperlihatkan bentuk *boob* atau dada. Mungkin gaya jilbab seperti ini yang dianggap lumrah oleh sebagian wanita. Terkadang pemakai jilbab jenis ini (*jilboob*) tidak memperhatikan syari'at agama, yang mereka tahu menggunakan jilbab saja (menutup bagian kepala) namun terkadang jukka masih banyak

yang memperlihatkan rambutnya, entah itu bagian poni atau bagian belakangnya. Trend penggunaan jilbab dari tahun ketahun tentunya sangat bervariasi walaupun perbedaan ini kadang tidak Nampak terlihat. Misalnya saja, pada era 90an, atau bahkan sebelum itu, masyarakat sudah memakai kerudung. Saat itu kerudung yang dipakai berbentuk selendang tipis dan bermotif renda. Pemakaiannya sangat sederhana, yakni dikenakan diatas kepala, lalu disampirkan diatas pundak. Ada yang mengenakan ciput, namun ada juga yang tidak. Ciput yang digunakan hanya menutupi kepala sehingga masih memperlihatkan leher. Berbeda dengan model jilbab sebelumnya yang masih dibidang belum sempurna karena masih memperlihatkan leher. Ditahun atau era berikutnya model berjilbab di kalangan wanita Indonesia menggunakan jilbab segi empat yang dilipat membentuk segitiga dan biasanya menggunakan ciput jika yang menginginkan, kemudian disematkan pentul pada bagian bawah dagu. Bagian bawah kadang dibiarkan terurai ada juga yang mengikatnya duua ujungnya, model berjilbab ini juga masih diigemari sampai saat ini dengan model berjilbab yang warna dan motif, model ini disebut jilbab segi empat klasik.

*Trend* jilbab kembali dengan adanya model jilbab simpel yang diikat dibelakang leher, yang kedua sisinya diikat. Model ini sempat dipopulerkan oleh ineke koeshrawati. Trend model simpel ini masih ada juga sampai saat ini, kebanyakan mahasiswi juga menggunakannya

karena terlihat lebih praktis dan mudah digunakan. *Trend* jilbab masa kini, dengan banyak pilihan motif dan gaya. Lebih *colorfull* dan menarik. *Trend* jilbab ini mulai muncul sekitar tahun 2010-an sampai sekarang., ketika mulai banyak fashion designer muslimah yang memperkenalkan jilbab dengan macam-macam bentuk dengan padupadan busana yang keren. Kemunculan sosok Dian Pelangi, seorang designer muda asal Indonesia pada tahunan *Jakarta Fashion Week 2009* ini telah membuat perubahan kepada trend busana wanita-wanita berjilbab.<sup>31</sup> Dian pelangi mampu mencuri perhatian para wanita dengan rancangan busana muslim modern yang ditampilkannya. Dengan tampilannya yang modis dan bergaya membuat busana muslim ini diminati oleh para wanita saat ini. Jika dahulu wanita-wanita berjilbab hanya berpenampilan sederhana dengan memakai sebuah kain polos, berwarna gelap yang dinilai tidak begitu menarik dan tidak dapat mengikuti perkembangan zaman, namun saat ini untuk tampil lebih cantik, modis dengan gaya elegan dan feminim sekarang dinikmati dengan balutan muslimah.

*Trend* busana muslimah yang dibawakan oleh Dian Pelangi telah membuat banyak sekali anak muda yang menggemari mode ini. Seperti contohnya para mahasiswi terlihat banyak sekali yang mengenakan jilbab saat dikampus, dan mereka tidak ragu lagi untuk mengenakan jilbab sebagai busana keseharian mereka. Kebanyakan

---

<sup>31</sup>Novia Fitriani, *Fenomena "Jilboob" Dikalangan Mahasiswi Bandung*, (Skripsi, Universitas Pasundan Bandung;2017).2

jilbab ini yang disukai oleh anak-anak muda yang menyukai hal-hal baru. Kreasi jilbab ini semakin berkembang mengikuti trend dari tahun ke tahun, bahkan banyak mengeluarkan model-model baru. Walaupun memakainya terkesan rumit, tapi ini tidak membuat mereka bosan mencobanya. Malah bagi mereka akan terlihat *fashionable* dan keren.

*Trend fashion* jilbab sampai sekarang terus mengalami peningkatan dari segi peminat. Model dan warna juga semakin beragam sehingga minat wanita muslimah yang berjilbab semakin banyak. Model dan merek-merek jilbab menjadi lebih terkenal karena memang banyak wanita yang menggunakan jilbab. Harga juga menjadi pertimbangan khususnya mahasiswi dalam memilih dan membeli jilbab tersebut, dan IAIN Palopo merupakan kampus yang mewajibkan mahasiswinya menggunakan jilbab kekampus. Selain menjadi alasan mereka berjilbab, Islam juga memang mewajibkannya. Namun, terkadang model berjilbab bisa berbeda satu sama lain karena memang latar belakang ke Islaman mereka yang berbeda, dan pengaruh mode saat ini.

#### D. Model Jilbab Dalam Pandangan Mahasiswi

Mahasiswi yang mengikuti *trend* dalam berjilbab dan melakukan pembelian di pengaruhi oleh:<sup>32</sup>

##### 1. Harga

---

<sup>32</sup>Nur Khaerat Sidang, *Fenomena Trend Fashion Jilbab Dalam Keputusan Pembelian Jilbab (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam)*, (Skripsi FEBI UIN Alauddin Makassar, Makassar:2016).56-58

Harga yang cukup murah sesuai dengan kantong mahasiswa yang mengikuti trend dalam berjilbab , yaitu jilbab sekarang yang lagi trend nya dipakai ke kampus harganya cukup murah berkisar 25 sampai 40 ribu untuk jilbab segi empat. Harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan dalam sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi suatu produk. Bagi Ibnu Khaldun harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran . bila suatu barang langka dan banyak diminta maka harga barang tersebut akan tinggi, jika suatu barang berlimpah maka harganya turun.

## 2. Model

Perkembangan model jilbab saat ini sangat bervariasi dikalangan mahasiswa diantaranya jilbab syar'i, jilbab segi empat, jilbab pashmina, jilbab bergo dan lain lain.

## 3. Kualitas

Beragamnya model trend jilbab dan kualitasnya yang bagus serta variasi warna, motif dan modelnya juga cantik-cantik dan membuat hari-hari kita ke kampus semakin modis dan *stylish*.

## 4. Merek

Merek juga sangat berpengaruh terhadap mahasiswa membeli jilbab dan semakin banyaknya butik atau toko jilbab yang menjual jilbab dan gampang ditemukan dan membelinya juga bisa secara online. Merek merupakan suatu nama atau symbol

yang mengidentifikasi suatu produk dan membedakannya dengan produk-produk lain, sehingga mudah dikenali oleh konsumen ketika hendak membeli suatu produk.

### 3. Perilaku Konsumtif

#### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku berasal dari kata “laku” yang berarti perbuatan, kelakuan, cara menjalankan dan berbuat. Definisi lain menurut Lubis dalam Sumartono, perilaku konsumtif adalah perilaku membeli tanpa didasari pada pertimbangan yang logis, melainkan hanya karena kemauan yang sudah menjadi taraf yang tidak rasional.<sup>33</sup>

Menurut Fromm, perilaku konsumtif adalah kemauan dalam membeli barang yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan tanpa memikirkan fungsi dan kegunaannya, namun hanya berdasarkan ingin yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok.<sup>34</sup> Dahlan dalam Lina dan Rosyid, mengatakan bahwa perilaku konsumtif yaitu menggunakan segala sesuatu yang paling mahal dan memberikan efek kepuasan maupun kenyamanan fisik bagi yang memakainya serta adanya

---

<sup>33</sup>Annisa Adzkiya, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*, (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta:2018).12

<sup>34</sup>Eva Suminar, *Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*, (Jurnal Psikologi Indonesia, Vol.4 no,02 2015).147

pola hidup yang didorong oleh keinginan demi memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.<sup>35</sup>

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diungkap, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan perilaku individu dalam membeli barang atau jasa untuk mendapatkan kepuasan tanpa mempedulikan kegunaan dengan tujuan untuk menunjukkan status, kekayaan, keistimewaan yang didorong oleh faktor keinginan.

#### b. Terbentuknya Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif terbentuk karena konsumtif itu sendiri yang sudah menjadi bagian dari perubahan gaya hidup. Perilaku konsumtif muncul setelah adanya masa indistruliasasi di mana barang-barang dihasilkan secara massal sehingga dibutuhkan konsumen yang lebih luas. Media elektronik maupun media masa menempati posisi strategis dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai media yang menarik minat konsumen dalam membeli barang.<sup>36</sup>

Kloter berpendapat bahwa sikap konsumtif dapat muncul karena individu kurang dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup>Made Indah Yuliantari dan Yohanes Kartika Herdiyanto, *Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Dikota Denpasar*, (Jurnal Psikologi Udayana, Vol.2, No.1 2015).90

<sup>36</sup>Eni Lestari, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, dan Desi Harlina, *Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja*, (Jurnal Riset Tindakan Indonesia, Vol.2 No.2 2017).4

<sup>37</sup>Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)*, (Jurnal Spirits, Vol.2, No.1 2011).4

- 1) *Kebutuhan (Human need)*. Kebutuhan adalah sesuatu hal yang harus dipenuhi oleh individu. Kebutuhan ini pada umumnya adalah sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (tempat tinggal). Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat tetapi merupakan hakikat biologis dari kondisi manusia.
  - 2) *Keinginan (Want)*. Keinginan adalah hasrat pemuas kebutuhan yang spesifik. Keinginan muncul karena kebutuhan bervariasi meskipun kebutuhan manusia cenderung sedikit tetapi keinginan manusia tidak akan ada habisnya dan terus menerus selalu berubah-ubah.
  - 3) *Permintaan (Demands)*. Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik dan didukung oleh kemampuan dan ketersediaan daya beli setiap individu.
- c. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif*

Engel, Blackwell, dan Miniard mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif antara lain:<sup>38</sup>

- 1) *Faktor Internal*:
  - a) *Motivasi*
  - b) *Kepribadian*
  - c) *Konsep diri*
  - d) *Pengalaman belajar*
  - e) *Gaya hidup*

---

<sup>38</sup>Trigita Ardikawati Java Tresna, *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa FIS UNY Pada Klinik Kecantikan*, (Skripsi UNY, Yogyakarta: 2013).7-8

2) Faktor Eksternal:

- a) Kebudayaan
- b) Kelas social
- c) Kelompok referensi
- d) Situasi
- e) Keluarga

Berdasarkan uraian diatas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif dibedakan menjadi dua yaitu: faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal antara lain: motivasi, kepribadian, konsep diri, pengalaman belajar dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal antara lain: kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi dan keluarga.

d. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Thohiroh adalah:<sup>39</sup>

1) Pembelian *Implusif* (*Implusif Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang terjadi dikemudian hari dan biasanya bersifat emosional.

---

<sup>39</sup>Aryani Mulyasari, *Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskripsi Kualitatif Online Shop@ e\_fabric pada Remaja di Kota Semarang)*, (Skripsi, Semarang:2107).25-26

Menurut Kharis menyebutkan bahwa *implusive buying* atau biasa disebut juga *unplanned purchase* adalah perilaku seseorang dimana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dan berbelanja.

*Implusive buying* memiliki beberapa karakteristik:

- a) Spontanitas
  - b) Kekuatan, kompulsif, intensitas
  - c) Kegairahan dan stimulasi
  - d) Ketidakpedulian akan akibat.
- 2) Pemborosan (*Wastafel Buying*)

Perilaku konsumtif sebagai perilaku yang menghambur-hamburkan uang secara tidak sadar tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Boros adalah membeli sesuatu bukan pada tempatnya dan telah melewati batas yang semestinya.

- 3) Mencari Kesenangan (*Non rational buying*)

Suatu perilaku dimana membeli sesuatu semata-mata hanya demi mencari kesenangan. Salah satu yang dicari hanyalah kenyamanan fisik, kenyamanan yang dimaksud adalah ketika para remaja memakai barang yang bisa membuatnya terlihat berbedanya dengan orang lain.

- e. Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono mengatakan konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa

pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Secara operasional indikator perilaku konsumtif adalah:<sup>40</sup>

1) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

Individu yang mempunyai keinginan tinggi, pada umumnya mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dengan tujuan untuk berpenampilan menarik. Mereka membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dan menjaga gengsi dengan barang-barang bermerek.

2) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan manfaat)

Produk dibeli berdasarkan karna harga yang ditawarkan lebih murah bukan atas dasar nilai guna barang dari produk barang tersebut. Contohnya saat akhir tahun atau hari raya besar, banyak pusat perbelanjaan menawarkan potongan harga atau diskon.

3) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status sosial

Individu menganggap barang yang digunakan merupakan symbol status sosial. Individu yang berperilaku konsumtif cenderung membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk memperlihatkan dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

4) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

---

<sup>40</sup>M. Utuh Habib Sani, *Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswi FISIP USU dengan Munculnya Belanja Online*, (Skripsi FISIP USU, Sumatera Utara:2017).13-14

Individu sering terdorong untuk mencoba membeli produk karena harga mahal. Hal itu dilakukan karena mereka merasa bahwa ketika mengenakan suatu barang yang harganya mahal bisa meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka.

f. Perilaku Konsumtif dalam Islam

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan *masalah* menuju kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *masalah* meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (aktivitas ekonomi) dari seseorang adalah mempertahankan hidupnya.

Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan menjadikan konsumsi dalam perspektif Islam lebih terarah dan terkendali. Kebutuhan merupakan bagian dari yang penting dalam melanjutkan eksistensi manusia sebagai khalifah di muka bumi. Kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara objektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Jadi, seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh kemanfaatan yang setinggi-tingginya bagi kehidupan.

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim akan sangat erat hubungannya dengan etika

dan norma dari konsumsi itu sendiri.<sup>41</sup> Menurut pendapat Naqfi setidaknya terdapat enam aksioma pokok dalam konsumsi meliputi:

- 1) Tauhid (*Unity/Kesatuan*)
- 2) Adil (*Equilibrium/Keadilan*)
- 3) Kehendak yang bebas (*Free will*)
- 4) Amanah (*Responsibility*)
- 5) Halal
- 6) Sederhana

Fokus pembahasan pada hakikatnya terletak pada penyikapan manusia terhadap harta. Termasuk di dalamnya semua perilaku manusia dalam mencari harta (produksi), menyimpan harta (mengelola kekayaan) dan membelanjakan harta (konsumsi).

Konsumsi merupakan cara penggunaan yang mengarah pada pilihan yang baik serta tepat supaya kekayaan dapat di manfaatkan sebaik mungkin untuk orang banyak. Perilaku konsumen muslim yang harus diperhatikan adalah:<sup>42</sup>

- 1) barang-barang yang digunakan bersih
- 2) membelanjakan harta dalam hal yang wajar
- 3) sikap sederhana dan adil
- 4) sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi

---

<sup>41</sup>Sumar'in, *Ekonomi Islam; Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed.1, Cet.1, Yogyakarta: Graha Ilmu,2013).93-94

<sup>42</sup>Yolanda Hani Putriani, Atina Shofawati, *Pola Perilaku Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religius*, (JESST, Vol.2, No.7 2015).573

5) mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas

Dalam hal konsumsi, Al-quran memberikan petunjuk yang jelas dan mudah di pahami, Al-quran menyarankan untuk menggunakan barang-barang yang halal dan memiliki manfaat serta melarang manusia untuk hidup boros dalam melakukan kegiatan konsumsi untuk sesuatu yang tidak penting, Al-quran juga melarang untuk berlebih-lebihan dalam hal pakaian, makanan, sesuai dengan QS al-Baqarah/2 : 168 yang berbunyi:<sup>43</sup>

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahnya:

*Hai manusia, makanlah halal lagi baik dari apa yang ada di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*

Konsumsi secara berlebihan dalam Islam disebut dengan *israf* (bermewah-mewahan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta). *Tabzir* yaitu memakai harta secara salah. Pemborosan adalah menggunakan harta secara berlebih-lebihan yang dapat melanggar hukum.<sup>44</sup> Di katakan boros apabila dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari diluar batas kewajaran.

<sup>43</sup>Lina Fatimatuzzahro, *Pengaruh Penguasaan Matakuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, (Skripsi, Ponorogo 2018),27

<sup>44</sup>M.Nur Rianto Al Arif, *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memaksimalkan Kepuasan*, (Jurnal Sosio-Religia Linksas Yogyakarta, Vol.9,No.2 2010),3

Jika seseorang membelanjakan hartanya untuk kehidupan hidupnya secara layak, maka ia tidak termasuk orang-orang yang boros.<sup>45</sup>

Ajaran Islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia agar membelanjakan harta mereka sesuai kemampuan mereka. Pengeluaran seharusnya tidak melebihi pendapatan yang dapat mengakibatkan ketekoran, dan tidak seharusnya menekankan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah kepada kebakhilan. Manusia seharusnya bersifat moderat dalam pengeluaran sehingga tidak mengurangi sirkulasi kekayaan (menimbun harta dan juga tidak melemahkan kekuatan ekonomi masyarakat akibat pemborosan).<sup>46</sup>

Menurut M.Abdul Mannan, konsumsi yang dilakukan seseorang menggunakan aturan Islam harus memenuhi lima prinsip yaitu:<sup>47</sup> Prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.

Beberapa ahli ekonomi Islam telah membuat kesimpulan menarik berkaitan dengan hubungan antara perilaku ekonomi dan tingkat keyakinan atau keimanan individu atau masyarakat. Dalam pandangan tersebut disimpulkan, pada tingkatan realitas, perilaku ekonomi sangat ditentukan

---

<sup>45</sup>Sa'adatunnisa, M.Zainal Arifin,M.Hum, Jelita, *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya*, (Jurnal Al-Qard, Vol.2, No.1 2016).77

<sup>46</sup>Muh. Ruslan Abdullah dan Fasiah Kamal, *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Cet.2, Makassar: Lambung Informasi Pendidikan, 2014).66

<sup>47</sup>Muh. Ruslan Abdullah dan Fasiah Kamal, *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Cet.2, Makassar: Lambung Informasi Pendidikan, 2014).67

oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Kesimpulan tersebut menjelaskan tiga karakteristik perilaku konsumsi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi.

- 1) Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi oleh motif *masalah*, kebutuhan dan kewajiban.
- 2) Ketika keimanan ada pada tingkat kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme) dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis.
- 3) Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi individu atau masyarakat tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis, ego, keinginan dan rasionalisme. Dalam perilaku konsumsi pun tidak terlepas dari perspektif tersebut.

g. Tujuan Perilaku Konsumtif (Konsumsi)

Tujuan perilaku konsumsi adalah keadaan di mana seorang konsumen muslim lebih mempertimbangkan *masalah* dari pada *utilitas*. Pencapaian *masalah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqashid syariah*) yang juga harus menjadi tujuan dalam kegiatan konsumsi.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup>P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2014).128

### 1) *Maslahah* dalam Konsumsi

Menurut Imam Shatibi dalam buku Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, *masalahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia dimuka bumi ini. Ada lima elemen dasar beliau, yakni kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keturunan (*al-nasl*). Semua barang yang mendukung tercapainya kelima elemen tersebut itulah yang disebut *masalahah*.<sup>49</sup>

Konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *masalahah* maksimum. Setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *masalahah* yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah SWT. adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam, seorang ekonomi muslim akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik, psikis atau material dari kegiatan konsumsinya.<sup>50</sup>

### 2) Hukum Utilitas dan *Maslahah*

---

<sup>49</sup>Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Grup,206).62

<sup>50</sup>P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada,2014).129

Mengonsumsi suatu barang secara terus menerus secara berurutan maka nilai tambahan kepuasan yang di perolehnya semakin menurun. Hal ini terjadi karena adanya kebosanan yang seterusnya. Jika berlanjut akan menjadi kejenuhan yang menyebabkan orang merasa kurang senang. Dilihat dari hukum kelangkaan suatu barang yang jumlahnya langka. Oleh karena itu, konsumsinya juga sedikit maka nilai barang tersebut tinggi. Demikian juga sebaliknya. Meskipun hukum mengenai utilitas marginal ini berlaku secara umum dalam teori ekonomi konvensional, namun ada beberapa pengecualian. Pengecualian yang tidak termasuk dalam kategori adalah perilaku konsumen yang menunjukkan adanya kecanduan (*addicted*).

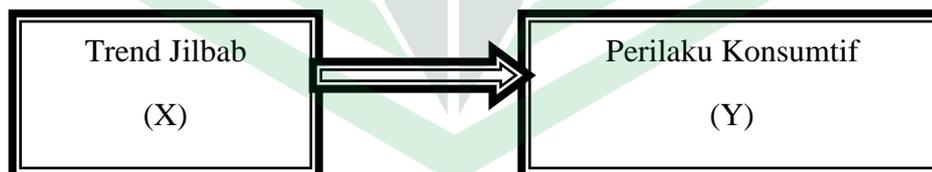
Hukum mengenai penurunan utilitas marginal tidak selamanya berlaku pada *masalah*. *Maslahah* pada konsumsi tidak seluruhnya secara langsung dapat dirasakan, terutama *masalah* akhirat atau berkah. Adapun *masalah* dunia manfaatnya sudah bisa dirasakan setelah konsumsi. Dalam hal berkah, dengan meningkatnya frekuensi kegiatan, maka tidak akan ada penurunan berkah karena pahala yang di berikan atas ibadah tidak pernah menurun sedangkan *masalah* dunia akan meningkat dengan meningkatnya frekuensi kegiatan, namun pada level tertentu akan mengalami penurunan. Hal ini di karenakan tingkat kebutuhan manusia didunia adalah terbatas sehingga ketika konsumsi dilakukan secara berlebih-lebihan maka akan terjadi penurunan *masalah* duniawi. Dengan demikian, kehadiran

*masalah* akan memberikan warna dari kegiatan yang dilakukan oleh konsumen muslim.<sup>51</sup>

#### 4. Kerangka Pikir

Perkembangan jilbab yang kini telah menjadi variasi yang diminati oleh masyarakat, khususnya mahasiswi selaku konsumen. Dengan adanya perkembangan jilbab yang kini menjadi *trend*, diharapkan mahasiswi mampu berperilaku secara tepat dalam berkonsumsi, sehingga aktivitas dan minat seseorang dalam membeli maupun menggunakan barang atau jasa dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan manfaatnya, dan bukan dijadikan sebagai gaya hidup.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan oleh penulis maka kerangka berpikir tentang Pengaruh *Trend* Jilbab (variabel X) terhadap Perilaku Konsumtif (variabel Y) yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

#### 5. Hipotesis

Hasil penelitian yang dilakukan Suci Wulandari mengenai pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswa membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *fashion* hijab terhadap perilaku

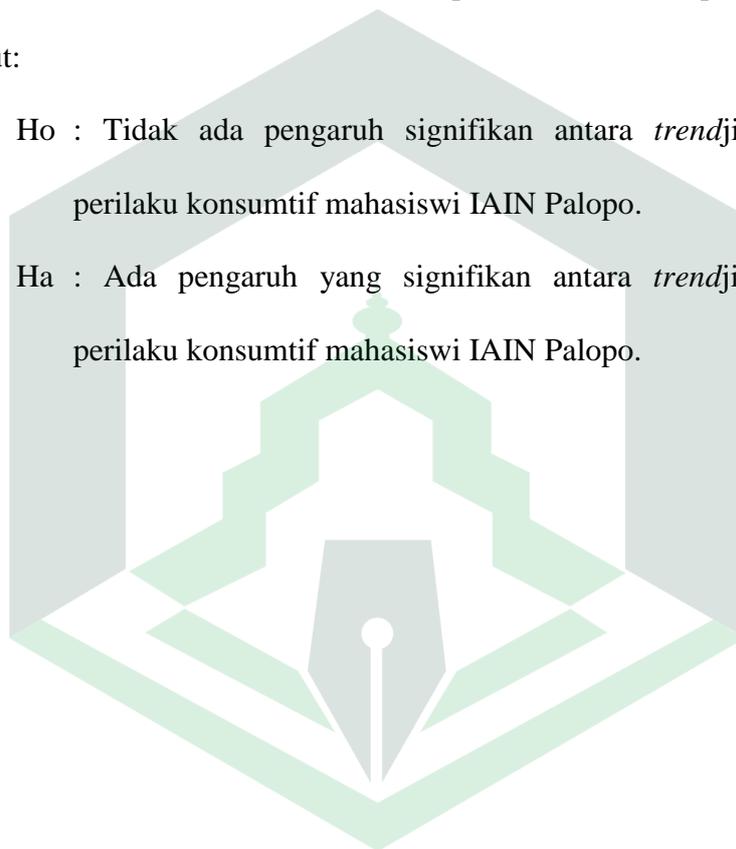
<sup>51</sup>P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2014). 146-147

konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji di mana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,629 > 1,984$ ) dan  $sig > \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ).<sup>52</sup> Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *fashion* hijab dengan perilaku konsumtif mahasiswa UIN STS Jambi.

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh signifikan antara *trend* hijab dengan perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara *trend* hijab dengan perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.



**IAIN PALOPO**

---

<sup>52</sup>Suci Wulandari, *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi*, (Skripsi FEBI UIN STS, Jambi:2018).65

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti variabel yang saling berhubungan. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka.<sup>53</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan dikampus IAIN Palopo. Lokasi ini dipilih karena berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya banyak mahasiswi yang mengenakan jilbab sesuai dengan model yang sedang menjadi *trend*.

#### C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Trend Jilbab	Suatu fenomena berjilbab yang sedang diminati atau disukai oleh banyak orang, dari kalangan	1. Harga 2. Model 3. Kualitas 4. Merek <sup>54</sup>

<sup>53</sup>Dr. Juliansyah Noor, S.E., M.M, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Cet.7, Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2017).38.

<sup>54</sup>Nur Khaerat Sidang, *Fenomena Trend Fashion Jilbab Dalam Keputusan Pembelian Jilbab (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam)*, (Skripsi FEBI UIN Alauddin Makassar, Makassar:2016).56-58

---

dewasa maupun sampai

dikalangan remaja.

- |                              |  |   |
|------------------------------|--|---|
| <p>2. Perilaku Konsumtif</p> | <p>Kegiatan atau tindakan manusia dalam menggunakan dan menghabiskan suatu barang atau jasa.</p> | <p>1. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi</p> <p>2. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan manfaat)</p> <p>3. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status</p> <p>4. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang</p> |
|------------------------------|--|---|

IAIN PALOPO tinggi<sup>55</sup>

---



---

<sup>55</sup>M. Utuh Habib Sani, *Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswi FISIP USU dengan Munculnya Belanja Online*, (Skripsi FISIP USU, Sumatera Utara:2017).13-14

## D. Populasi dan Sampel

### 1) Populasi

Populasi adalah salah satu hal yang mendasar dan perlu mendapat perhatian dengan saksama. Perlu dilakukan dengan sebaik-baiknya apabila peneliti mau menyimpulkan suatu hasil yang bisa dipercaya dan tepat guna untuk area atau objek penelitiannya.<sup>56</sup> Berdasarkan atas pertimbangan populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2018-2019 dengan jumlah 376 mahasiswi. Adapun alasan peneliti memilih subjek penelitian mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2018-2019 karena peneliti melihat realita yang ada bahwa *style fashion* berjilbab mereka sebagian besar selalu berubah ubah dan tergolong mengenakan jilbab yang sedang menjadi *trend*.

Tabel 3.2

#### Data Mahasiswi IAIN Palopo Prodi Ekonomi Syariah

Periode (Angkatan)	Jumlah
2018	168
2019	208
<b>Total</b>	<b>376</b>

Sumber: Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### 2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik

<sup>56</sup>Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Cet.4, Jakarta: Kencana,2017).145

<sup>57</sup>Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Cet.4, Jakarta: Kencana,2017).150

*accidental sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil responden dari siapa saja yang kebetulan ada atau tersedia.<sup>58</sup>

Adapun penentuan dari jumlah sampel didasarkan pada rumus Slovin dengan formulasi sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.(e)^2}$$

$$n = \frac{376}{1+376.(0.05)^2}$$

n = 193,81 dibulatkan menjadi (194 mahasiswi)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan.<sup>59</sup>

Berdasarkan perhitungan diatas jumlah populasi 376 mahasiswi dengan menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 5% diperoleh jumlah sampel sebanyak 194 mahasiswi.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

#### 1. Data primer.

Data primer adalah sumber data yang diperoleh dari penelitian secara langsung dari sumbernya.<sup>60</sup> Data yang diperoleh peneliti berasal dari

<sup>58</sup>Amelia Zuliyanti Siregar dan Nurliana Harahap, *Straegi dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*, (Cet 1, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019).69

<sup>59</sup>Dr. H. Fajri Ismail, M.Pd.I., *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*, (Cet.1, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).47-48

jawaban para responden yang telah diberi serangkaian pertanyaan dengan penyebaran kuesioner. Responden dalam hal ini adalah mahasiswa IAIN Palopo Prodi Ekonomi Syariah.

## 2. Data Sekunder.

Data sekunder adalah sumber data yang didapat secara tidak langsung. Misalnya melalui dokumen, arsip pemerintah, ataupun yang disediakan di media social seperti artikel dan jurnal-jurnal penelitian.<sup>61</sup>

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan berbagai informasi yang diolah dan di susun secara sistematis.<sup>62</sup>

Instrument penelitian merupakan suatu unsur yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena fungsinya sebagai sarana pengumpulan data yang banyak menentukan keberhasilan suatu penelitian. Adapun instrumen yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah kuesioner (angket) yaitu teknik yang dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan kepada responden terkait dengan *trend* jilbab sehingga responden dapat memberikan jawaban

---

<sup>60</sup>Badja Waluya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, (Cet.1, Bandung: Setia Purnama Inves,2007).79

<sup>61</sup>Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Allfabeta, 2013).145

<sup>62</sup>Mamik, *Metode Kualitatif*, (Sidoarjo,Zifatama Publishier, Cet:1, 2015).75

atas pernyataan secara tertulis. Setiap pernyataan disertai dengan empat jawaban dengan menggunakan skala skor nilai.<sup>63</sup>

Skala yang digunakan dalam data ini menggunakan *skala likert*.

Adapun kategori yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kategori Variabel

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Dalam teknik ini, peneliti menyebarkan angket untuk mengetahui Pengaruh Perubahan *Trend* Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo. Adapun bentuk angket yang digunakan pada penelitian ini adalah berbentuk pernyataan-pernyataan tertutup, sehingga responden tidak diberikan kesempatan untuk menjawab selain dari jawaban yang tersedia pada angket.

## G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisisioner di katakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner sanggup untuk membuktikan sesuatu yang akan di ukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validasi di lakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

<sup>63</sup>Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara,2009).179

## b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Linearitas

Uji linearitas dimasukkan untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Adapun teknik pengujian menggunakan SPSS. Untuk mengidentifikasi linear atau tidak bisa menggunakan dua cara yaitu, dengan melihat bari *Deviation From Linearity* pada taraf signifikan lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan linear secara signifikan, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan linear secara signifikan.<sup>64</sup>

#### b) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut sebagai homokedastisitas sebaliknya jika berbeda disebut sebagai heterokedastisitas.

---

<sup>64</sup> Kadir, *Statistika Terapan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 185-186

c) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji ini menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Di dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan analisis grafik normal P-P Plot dengan dasar untuk mengambil keputusan.<sup>65</sup>

**2. Uji Persamaan Regresi**

a) Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap memengaruhi variabel yang lain. Variabel yang memengaruhi di namakan variabel independen (variabel X) dan variabel yang dipengaruhi di namakan variabel dependen (variabel Y). Untuk penarikan kesimpulan atau menginterpretasikan data yang dihasilkan dan untuk memudahkan data tersebut.<sup>66</sup>

Rumus :

$$Y = a + b.X$$

<sup>65</sup> Rifki pomalinggo, Silvy L mandey, Yantje Uhing, *Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sulawesi Utara*, (Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi vol.15 no,5 2015).532

<sup>66</sup>Prof. Dr. Suyono, M.Si, *Analisis Regresi Untuk Penelitian*, (Ed.1,Cet.1, Yogyakarta: CV Budi Utama,2018).5

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Perilaku konsumtif Mahasiswi)

X = Variabel bebas (*Trend* Jilbab)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

b) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah bagian variasi total dari variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh garis regresi. Determinasi 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).<sup>67</sup> Sebaiknya, apabila nilai koefisien determinasi diperoleh 1 atau mendekati, maka variabel X dan variabel Y dan penggunaan regresi tersebut dibenarkan.

### 3. Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada *output* SPSS dapat dilihat pada tabel *Coefficient*. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom Sig. Masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikan yang digunakan 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$

---

<sup>67</sup>Noegroho Boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen TKPN,2016).277

ditolak. Sebaliknya jika  $p$ -value lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.<sup>68</sup>



**IAIN PALOPO**

---

<sup>68</sup>Rifki pomalinggo, Silvy L mandey, Yantje Uhing, *Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sulawesi Utara*, (Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi vol.15 no,5 2015).533

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### a. Profil Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

##### a. Sejarah IAIN Palopo

IAIN Palopo merupakan perguruan tinggi satu-satunya yang berstatus negeri di Luwu Raya. IAIN Palopo merupakan perguruan tinggi yang memiliki prospek kualitas pendidikan terbaik. Dari tahun ke tahun selalu memunculkan inovasi bidang pendidikan yang sangat berguna bagi setiap orang. Dengan hal inilah perguruan tinggi ini menjadi salah satu perguruan tinggi yang banyak diminati di masyarakat Sulawesi Selatan.

Pada awalnya perguruan tinggi ini bernama STAIN Palopo pada tahun 1997. Sebelum berdiri sendiri sebagai perguruan tinggi pada tahun 1997 IAIN ini hanya sebagai fakultas ushuluddin dari IAIN Alauddin Ujung Pandang. Perguruan tinggi ini sempat mengalami perubahan hingga dapat berdiri sendiri dengan status IAIN. Untuk fakultas ushuluddin IAIN Ujung Pandang didirikan pada 27 Maret 1968 kemudian dengan adanya kebijakan pemerintah atas dasar surat keputusan Kementrian Agama No 168 tahun 1968, fakultas ushuluddin ditiadakan sehingga fakultas ushuluddin IAIN Ujung Pandang berubah status menjadi fakultas ushuluddin IAIN Alauddin cabang Palopo. Selanjutnya dengan adanya perubahan kebijakan dengan dasar surat keputusan Menteri Agama No 65 tahun 1982, Alauddin cabang Palopo berubah menjadi fakultas ushuluddin IAIN Alauddin.

Kemudian dengan kebijakan terbaru tentang keputusan presiden RI No 11 tahun 1997, fakultas ushuluddin IAIN Alauddin berdiri sendiri sebagai perguruan tinggi dan tidak lagi menjadi bagian dari IAIN Alauddin perguruan tinggi inipun bernama STAIN Palopo. Setelah beberapa tahun berdiri dengan nama STAIN Palopo, muncullah suatu kebijakan pemerintah terbaru sehingga STAIN Palopo berubah menjadi IAIN Palopo tepatnya pada tahun 2014 berdasarkan peraturan presiden No 141 tahun 2014.<sup>69</sup> Saat ini IAIN Palopo memiliki 17 program studi dari 4 fakultas dan 3 program studi pascasarjana.

b. Visi & Misi IAIN Palopo

1) Visi IAIN Palopo

Terkemuka dalam integritas keilmuan berciri kearifan lokal

2) Misi IAIN Palopo

- a) Menyelenggarakan pendidikan tinggi dan mengembangkan integritas keilmuan yang berkualitas dan profesional yang berciri kearifan lokal.
- b) Mengembangkan bahan ajar berbasis penelitian yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.
- c) Meningkatkan peran institusi dalam pembangunan kualitas keberagaman masyarakat dan penyelesaian persoalan kemasyarakatan dengan mengedepankan keteladanan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kearifan lokal.

---

<sup>69</sup>Institut Agama Islam Negeri Palopo, "Profil IAIN Palopo", <https://belajargiat.id/>

- d) Mengembangkan kerja sama lintas sektoral, dalam dan luar negeri untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tridharma perguruan tinggi.<sup>70</sup>

c. Fasilitas Kampus IAIN Palopo

Fasilitas yang terdapat pada perguruan tinggi Islam ini cukup memadai yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Perpustakaan

Perpustakaan merupakan salah satu fasilitas yang sangat penting dan sangat diperlukan bagi mahasiswa maupun dosen sebagai penunjang kelancaran perkuliahan. Perpustakaan dikampus IAIN Palopo sangat memadai bagi mahasiswa dan dosen dalam mencari referensi pustaka penunjang kelancaran program akademik yang efektif.

2) Masjid

Fasilitas sarana ibadah yang wajib ada dalam lingkungan kampus berbasis Islam ini merupakan sarana yang disediakan kampus bagi seluruh civitas akademik IAIN Palopo dan dapat digunakan oleh lingkungan sekitar sebagai bentuk *social responsibility*.

3) Laboratorium

Sarana yang disediakan kampus IAIN Palopo berupa laboratorium computer digunakan sebagai penunjang praktikum mahasiswa untuk memenuhi kewajiban dalam menyelesaikan salah satu mata kuliah wajib bagi seluruh mahasiswa program studi.

---

<sup>70</sup>Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, "Visi dan Misi Kampus", <http://iainpalopo.ac.id/tentang/>

#### 4) Auditorium

Auditorium merupakan salah satu fasilitas gedung yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan mahasiswa maupun dosen antara lain: Wisuda mahasiswa, seminar, pagelaran musik, pengukuhan guru besar dan berbagai keperluan lainnya.

#### 5) Aula Serbaguna

Aula serbaguna adalah gedung yang lebih kecil dari fasilitas gedung Auditorium yang pada umumnya digunakan mahasiswa untuk melakukan seminar, pelantikan ketua-ketua organisasi lembaga intra/ekstra seperti ketua BEM, HMPS, dan lain sebagainya ataupun digunakan untuk kegiatan lomba yang diadakan kampus ataupun lembaga organisasi yang ada di kampus IAIN Palopo.

#### 6) Asrama Mahasiswa

Hunian yang difasilitasi oleh kampus IAIN Palopo yang terdiri dari asrama putra dan asrama putri khusus mahasiswa/mahasiswi IAIN Palopo sebagai tempat tinggal yang layak dan kondusif yang dijaga oleh kampus itu sendiri.

#### 7) Sarana Olahraga

Fasilitas olahraga IAIN Palopo cukup memadai untuk menunjang kegiatan olahraga civitas akademik dan mahasiswa dalam menunjang

prestasi dalam bidang olahraga. Fasilitas olahraga antarlain; Lapangan Tenis, Lapangan Bulutangkis, Lapangan Takraw dan Tenis Meja.<sup>71</sup>

d. Para Pimpinan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Para pimpinan kampus IAIN Palopo dipilih langsung berdasarkan kualitas dan standar yang telah diterapkan dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Daftar Pimpinan Kampus IAIN Palopo

No	Nama	Jabatan
1.	Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag	Rektor
2.	Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H.	Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan
	Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M.	Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuntungan
4.	Dr. Muhaemin, M.A	Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
5.	Dr. H. Muhdin, M.pd.	Kepala Biro Administrasi Umum, Akademik, dan Kemahasiswaan
6.	Mattaju, S.Ag.	Kepala Bagian Perencanaan dan Keuangan

Sumber :<https://iainpalopo.ac.id/>

e. Fakultas dan Jurusan Kampus IAIN Palopo

<sup>71</sup>Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, "*Fasilitas IAIN Palopo*", <https://belajargiat.id/>

Adapun fakultas dan jurusan yang terdapat di kampus IAIN Palopo ialah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Fakultas dan Jurusan

<b>Fakultas</b>	<b>Jurusan</b>
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)	Manajemen Pendidikan Islam Pendidikan Agama Islam Pendidikan Bahasa Arab Tadris Bahasa Inggris Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Pendidikan Islam Anak Usia Dini Tadris Matematika Komunikasi dan Penyiran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Sosiologi Agama Bimbingan Konseling Islam
Bisnis Islam (FEBI)	Perbankan Syariah Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Syariah (FASYA)	Hukum Tata Negara Hukum Ekonomi Syariah Hukum Keluarga

Sumber : <https://iainpalopo.ac.id/>

## 2. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo

- a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Pada tahun 2014 dengan surat keputusan No 11 tahun 2014 tentang alih status STAIN menjadi IAIN, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo diresmikan. Pada awalnya, Fakultas ekonomi Daan Bisnis Islam IAIN Palopo bergabung dengan Fakultas Syariah STAIN Palopo. Pada awalnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hanya memiliki dua program studi yaitu ekonomi syariah dan perbankan syariah. Program studi Ekonomi Syariah memiliki akreditasi A dan Perbankan Syariah dengan akreditasi B. Kemudian pada tahun ajaran 2017/2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo menambah program studi baru yaitu Manajemen Bisnis Islam yang sekarang memiliki akreditasi B.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang paling diminati oleh setiap calon Mahasiswa yang ingin mendaftar di Kampus IAIN Palopo karena merupakan Fakultas yang unggul dan memiliki Mahasiswa terbanyak di kampus IAIN Palopo. Fasilitas yang ditawarkan untuk setiap program studi pun merupakan salah satu yang paling diunggulkan.

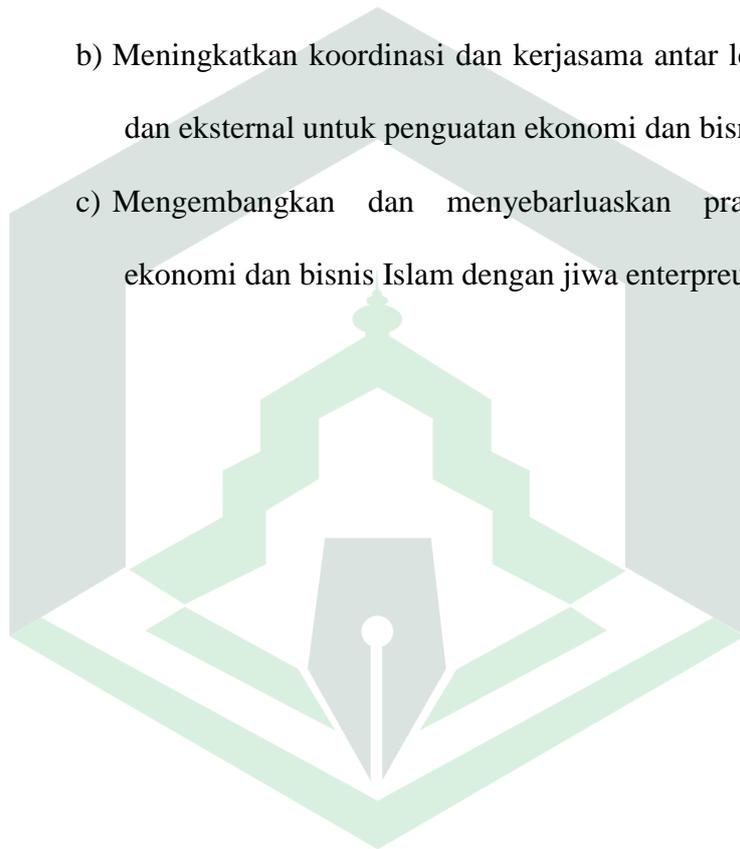
- b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- 1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmun ekonomi dan bisnis Islam yang berciri kearifan lokal dan menuju pajuang peradaban dunia.

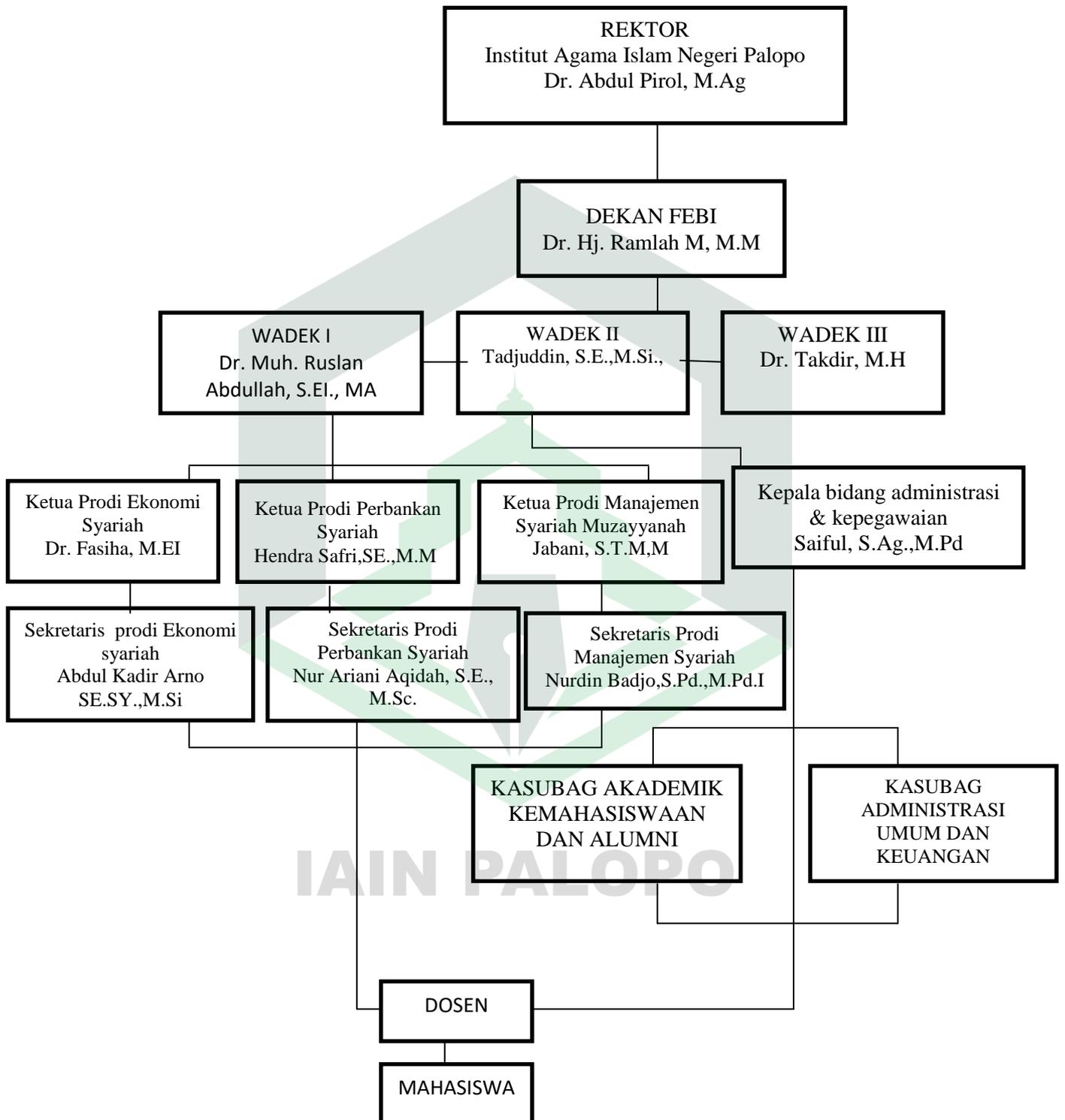
2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

- a) Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat berbasis ekonomi Islam dengan merefleksikan integritas keilmuan bermutu.
- b) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar lembaga internal dan eksternal untuk penguatan ekonomi dan bisnis Islam.
- c) Mengembangkan dan menyebarluaskan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dengan jiwa enterpreuner.



**IAIN PALOPO**

## c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

## A. Karakteristik Responden

Karakteristik dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo angkatan 2018 dan 2019, selaku konsumen dari *trend* jilbab. Berdasarkan hasil penelitian kepada 194 responden melalui kuesioner (angket) yang telah disebarakan didapat gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Periode (Angkatan)

Karakteristik responden berdasarkan periode (angkatan) dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode

No	Periode (Angkatan)	Jumlah Responden	Persentase
1	2018	92	47,4%
2	2019	102	52,6%
	<b>TOTAL</b>	<b>194</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini ada 92 responden angkatan 2018 sedangkan pada angkatan 2019 sebanyak 102 responden. Hal ini berarti mayoritas responden penelitian ini angkatan 2019.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	18	36	18,6%
2	19	78	40,2%
3	20	58	29,9%
4	21	22	11,3%
<b>TOTAL</b>		<b>194</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui bahwa yang menjadi sampel terbanyak dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki umur 19 tahun yaitu sebesar 78 responden atau 40,2%. Sementara yang berada ditingkat kedua adalah responden yang memiliki umur 20 tahun sebanyak 58 responden atau 29,9%. Diperingkat ketiga responden yang memiliki umur 18 tahun sebanyak 36 responden atau 18,6% dan yang terakhir adalah responden yang memiliki umur 21 tahun sebanyak 22 responden atau 11,3%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulan

Karakteristik responden berdasarkan uang saku/bulan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

No	Uang Saku/Bulan	Jumlah Responden	Persentase
1	< Rp.300.000	73	37,6%
2	Rp.300.000- 600.000	83	42,8%
3	Rp.600.000-800.000	24	12,4%
4	Rp.800.000-1.000.000	9	4,6%
5	>Rp.1.000.000	5	2,6%
<b>TOTAL</b>		<b>194</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui bahwa pengelompokan sampel yang memiliki uang saku/bulan terbanyak dalam penelitian adalah uang saku/bulan Rp.300.000-600.000 yaitu sebesar 83 responden 42,8%. Sementara

yang berada ditingkat kedua adalah uang saku/bulan <Rp.300.000 sebanyak 73 responden atau 37,6%. Diperingkat ketiga dengan uang saku/bulan Rp.600.000-800.000 sebanyak 24 responden atau 12,4%. Diperingkat ke empat uang saku Rp.800.000-1.000.000 sebanyak 9 responden atau 4,6% dan diperingkat terakhir uang saku/bulan >Rp.1000.000 sebesar 5 responden atau 2,6%.

## B. Hasil Analisa Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisisioner di katakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner sanggup untuk membuktikan sesuatu yang akan di ukur oleh kuisisioner tersebut.

Dalam melakukan uji instrumen ini, peneliti telah melakukan uji coba kepada 30 responden dengan jumlah item pada variabel X sebanyak 10 butir dan variabel Y sebanyak 10 butir pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Uji ini dilakukan untuk menentukan ke validan pada setiap butir pernyataan guna layak atau tidaknya kuesioner (angket) di sebar untuk tahap pengujian penelitian sesungguhnya. Pengujian signifikan dilakukan dengan menggunakan kriteria  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 dengan menggunakan pengujian dua arah, yang mana  $r_{tabel}$  dicari dengan menggunakan rumus  $df = (N-2)$ , maka nilai  $df = (30-2) = 28$  di mana nilai  $r_{tabel}$  dari 28 = 0,361. Jika bernilai positif dan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item dinyatakan valid, namun jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid. Adapun hasil uji coba

validitas setiap item terhadap 30 responden dengan menggunakan program SPSS versi 20 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Item	Corrected item total correlation	$r_{\text{tabel}}$	Interprestasi
<b>Trend Jilbab (X)</b>				
	X1	.432*	0.361	Valid
	X2	.600**	0.361	Valid
	X3	.702**	0.361	Valid
	X4	.571**	0.361	Valid
	X5	.652**	0.361	Valid
	X6	.478**	0.361	Valid
	X7	.697**	0.361	Valid
	X8	.799**	0.361	Valid
	X9	.715**	0.361	Valid
	X10	.751**	0.361	Valid
<b>Perilaku Konsumtif (Y)</b>				
	Y1	.758**	0.361	Valid
	Y2	.618**	0.361	Valid
	Y3	.678**	0.361	Valid
	Y4	.530**	0.361	Valid
	Y5	.612**	0.361	Valid
	Y6	.620**	0.361	Valid
	Y7	.781**	0.361	Valid
	Y8	.691**	0.361	Valid
	Y9	.728**	0.361	Valid
	Y10	.431**	0.361	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 20 yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini dinyatakan valid, di mana nilai yang ditunjukkan *Corrected Item Correlation* dari masing-masing item pernyataan  $> r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,361. Dengan demikian disimpulkan bahwa uji coba variabel penelitian setiap item sebanyak 20 pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai item pengujian penelitian sesungguhnya.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.

Dalam mencari realibilitas seluruh item adalah dengan cara mengoreksi angka korelasi yang diperoleh dari nilai *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 60% maka dianggap reliable.

Hasil uji reliabilitas untuk keseluruhan instrumen variabel di sajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

IAIN PALOPO		
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	N of Items
Based on		
Standardized		
Items		
.731	.845	22

Sumber: Hasil Output yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat di ketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* 0,845 = 84,5%. Maka indikator dalam kuesioner penelitian tersebut dianggap reliable karena nilai *Cronbach Alpha* 84,5% lebih besar dari 60%.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Linearitas

Uji linearitas dimasukkan untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Untuk mengidentifikasi linear atau tidak bisa menggunakan dua cara yaitu, dengan melihat dari *Deviation From Linearity* pada taraf signifikan lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan linear secara signifikan, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan linear secara signifikan. Hasil uji linearitas di sajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas

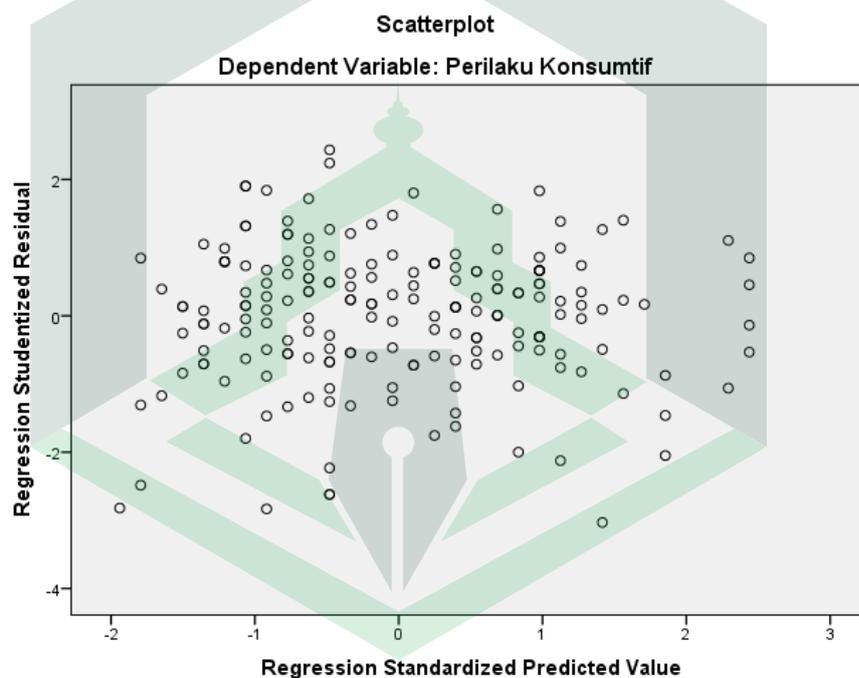
ANOVA Table			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
(Combined)			1731.243	28	61.830	2.396	.000
Perilaku	Between	Linearity	876.221	1	876.221	33.960	.000
Konsumtif	Groups	Deviation from	855.023	27	31.668	1.227	.217
* Trend		Linearity					
Jilbab	Within Groups		4257.251	165	25.802		
Total			5988.495	193			

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai signifikan *Deviation from Linearity* sebesar  $0,217 > 0,05$ . Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara *Trend* Jilbab dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut sebagai homokedastisitas sebaliknya jika berbeda disebut sebagai heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas output SPSS disajikan di bawah sebagai berikut:

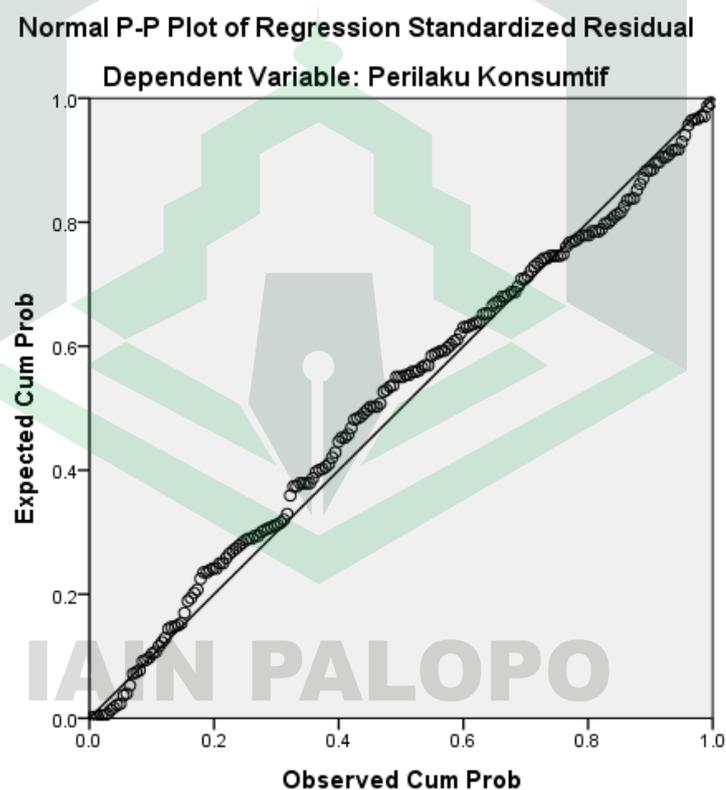


Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas  
*Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah, 2020*

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji ini menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Di dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan analisis grafik normal P-P Plot dengan dasar untuk mengambil keputusan. Adapun hasil output SPSS yaitu sebagai berikut:



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas  
 Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan gambar di atas, dapat kita lihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa melalui grafik p-p plot data pada penelitian ini adalah normal.

### 3. Uji Persamaan Regresi

#### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap memengaruhi variabel yang lain. Variabel yang memengaruhi dinamakan variabel independen (variabel X) dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (variabel Y). Untuk penarikan kesimpulan atau menginterpretasikan data yang dihasilkan dan untuk memudahkan data tersebut.

Perhitungan pada analisis regresi linear sederhana ini menggunakan SPSS 20 sebagai alat bantu pengolahan data. Adapun hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	21.263	1.316		16.160	.000
Trend Jilbab	.311	.054	.383	5.737	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil yang diperoleh dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier sederhana. Persamaan regresi sederhana yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Variabel Perilaku Konsumtif

X = Variabel Trend Jilbab

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi dapat di tulis sebagai berikut:

$$Y = 21,263 + 0,311X$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai Konstanta sebesar 21,263. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel *trend* jilbab bernilai 0 maka variabel perilaku konsumtif sebesar 21,263.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel X sebesar 0,311. Menyatakan bahwa semakin mengetahui tentang *trend* jilbab atau meningkat sebesar 1%, maka perilaku konsumtif mahasiswi akan meningkat 0,311. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif bernilai positif.

#### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dari hasil uji regresi linier Sederhana menunjukkan seberapa besar variabel Y (perilaku konsumtif) di pengaruhi oleh variabel X (*trend* jilbab).

Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 <sup>a</sup>	.509	.504	2.183

a. Predictors: (Constant), Trend Jilbab

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* 0,226. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *trend* jilbab mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo sebesar 50,9% sedangkan sisanya (100% - 50,9% = 49,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil uji pada *output* SPSS dapat dilihat pada tabel *Coefficient*. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom Sig. Masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikan yang digunakan 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Adapun hasil output SPSS yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	21.263	1.316		16.160	.000
	Trend Jilbab	.311	.054	.383	5.737	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Output SPSS yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai signifikan pada variabel *Trend Jilbab* (X) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan nilai signifikan  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara *Trend Jilbab* dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian kepada para responden dalam hal ini adalah Mahasiswi IAIN Palopo dengan judul skripsi “Pengaruh *Trend Jilbab* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo” maka pembahasan mengenai penelitian ini akan dibahas sebagai berikut:

Dalam penelitian ini peneliti telah mengelompokkan responden kedalam beberapa karakteristik. Karakteristik berdasarkan responden periode (angkatan). Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti berdasarkan angkatan ada 2 yakni angkatan 2018 dan angkatan 2019 dengan jumlah kuesioner yang tersebar sebanyak 194. Dari penyebaran kuesioner tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah angkatan 2019 sebanyak 102 responden

dengan persentasi 52,6% dan pada angkatan 2018 sebanyak 92 responden dengan persentasi 47,4%.

Penelitian berdasarkan usia responden, dalam hal ini usia para responden berkisar 18-21 tahun. Jumlah reponden terbanyak posisi pertama adalah mereka yang berusia 19 tahun dengan jumlah 78 responden dengan persentasi 40,2%. Responden di posisi kedua adalah mereka yang berusia 20 tahun dengan jumlah 58 responden dengan persentasi 29,9%. Responden di posisi ketiga adalah mereka yang berusia 18 tahun dengan jumlah 36 responden dengan persentasi 18,6% dan di posisi terakhir adalah responden yang berusia 21 tahun dengan jumlah 22 responden dengan persentasi 11,3%.

Penelitian berdasarkan uang saku responden setiap bulan menunjukkan bahwa responden terbanyak posisi pertama adalah mereka yang memiliki uang saku perbulan Rp.300.000-600.000 sebanyak 83 responden dengan persentasi 42,8%. Responden terbanyak diposisi kedua adalah merek aynag memiliki uang saku perbulan <Rp.300.000 sebanyak 73 responden dengan persentasi 37,6%. Responden posisi ketiga adalah mereka yang memiliki uang saku perbulan Rp.600.000-800.000 sebanyak 24 responden dengan persentasi 12,4%. Responden diposisi keempat adalah mereka yang memiliki uang saku perbulan Rp.800.000-1000.000 sebanyak 9 responden dengan persentasi 4,6% dan yang berada diposisi terakhir adalah responden yang memiliki uang saku perbulan >Rp.1000.000 sebanyak 5 responden dengan persentasi 2,6%.

## 1. Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.

Jilbab merupakan kewajiban agama bagi setiap perempuan muslimah, berjilbab/berbusana bukanlah semata-mata digunakan hanya untuk bergaya dan dipamerkan saja tetapi sebagai mana dalam ajaran Islam bahwa berjilbab adalah untuk menutup aurat. Dalam menggunakan jilbab, perilaku konsumsi sebagian mahasiswi adalah memperhatikan selera dan tampilan luar agar terlihat modis dan tidak ketinggalan jaman.

Hasil uji validitas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang ada didalam kuesioner yang telah di sebar ke responden dinyatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan nilai  $r_{tabel}$  0,361. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah reliable karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel *trend* jilbab berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Artinya jika setiap terjadi peningkatan variabel *trend* jilbab maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan atau pengaruh dalam pembelian jilbab. Dari uji t juga di ketahui bahwa nilai signifikan pada variabel *trend* jilbab (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara *trend* jilbab dengan perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.

Dari hasil kuesioner (angket) yang telah disebar, sebagian mahasiswi membeli jilbab yang sedang di minati dengan memperhatikan kebutuhannya sekaligus di dukung oleh faktor keinginan yang di mana itu adalah kebutuhan bagi mahasiswi yakni jilbab yang mereka pakai dapat menunjang aktivitas mereka dalam berpenampilan khususnya di lingkungan kampus, dan sebagian lagi mengikuti *trend* karena di pengaruhi oleh faktor budaya serta gaya hidup. Pada dasarnya mengikuti *trend* jilbab tidaklah keliru selama tetap memperhatikan etika cara berpakaian atau berbusana khususnya jilbab menurut aturan Islam. Namun sayangnya, menggunakan jilbab yang sedang *trend* dijadikan sebagai gaya hidup agar terlihat modis ataupun *fashionable* padahal tujuan berjilbab itu sendiri adalah untuk menutup aurat bukan sesuatu untuk dibanggakan untuk mendapatkan pujian dari orang lain atau lawan jenis.

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya selama hal itu mendatangkan *masalah* dan tidak mendatangkan *mafsadah*. Menurut Imam al Ghazali aktivitas yang dilakukan manusia harus selalu ditunjukkan untuk beribadah kepada Allah SWT. Dalam pengembangan dan pemikiran dunia Islam Imam al Ghazali memberikan sumbangan besar. Tolak ukur dari sepanjang konsep masalah urusan manusia, dalam *masalah* ekonomi ataupun hal lainnya yang membuat erat kaitannya terhadap individu dan masyarakat.<sup>72</sup> Imam Al Ghazali memberikan tiga alasan motif utama seseorang melakukan perilaku ekonomi Islam yaitu *masalah*, kebutuhan dan ibadah. Selain itu, tujuan aktivias ekonomi individu muslim adalah untuk

---

<sup>72</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2014).107

mencapai sebuah kesejahteraan, kedamaian dan kebahagiaan dunia akhirat (*falah*).<sup>73</sup> Islam juga memberikan kebebasan kepada manusia agar bisa menikmati rezeki yang halal serta mengambil hiasan hidup didunia sesuai dengan kemampuannya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara *trend* jilbab dengan perilaku komsumtif mahasiswi IAIN Palopo. Yang artinya semakin banyak jenis jilbab-jilbab yang berkembang dan telah menjadi *trend* dikalangan masyarakat terutama bagi mahasiswi IAIN Palopo Prodi Ekonomi Syariah maka perilaku komsumtif pun akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Irmawati dalam penelitiannya tentang “Pengaruh perubahan *trend* jilbab terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Mataram Perspektif Teori Konsumsi Islam” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *trend* jilbab berpengaruh signifikan terhadap proses perilaku konsumsi, besar pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumsi dapat dilihat dari hasil penelitian diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,740 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  1,6895 dan besar pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumsi dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,185 atau 18,5%, yang artinya *trend*

---

<sup>73</sup>Muh. Ruslan Abdullah dan Fasiah Kamal, *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Cet.2, Makassar: Lambung Informasi Pendidikan, 2014).69-70

jilbab memiliki pengaruh sebesar 18,5% terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN di Mataram.<sup>74</sup>



**IAIN PALOPO**

---

<sup>74</sup>Irmawati, *Pengaruh perubahan trend jilbab terhadap perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Mataram Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2013 IAIN Mataram)*, (Skrpsi, Mataram: 2017).74

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo, dapat dilihat dari hasil uji *t* yang menunjukkan bahwa *trend* jilbab berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitu pula sebaliknya. Dari hasil penelitian di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,737 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,9724 ( $5,737 > 1,9724$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi dari penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palopo.

#### B. Saran

##### 1. Bagi Mahasiswi

Meski adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh *trend* jilbab terhadap perilaku konsumtif. Sebagai mahasiswi dan selaku konsumen, hendaklah bersikap bijak dalam menyikapi perkembangan jilbab dengan tetap memprioritaskan tujuan dari berjilbab itu sendiri yakni untuk menutup aurat dan tetap menaati peraturan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Kampus IAIN Palopo.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti dengan judul yang sama sebaiknya sebelum terjun ke lapangan hendaknya memperhatikan faktor alat ukur (*instrument*) penelitian sehingga akan mengurangi terjadinya kesalahan dalam penelitian.



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R., & Kamal, F. *Pengantar Islamic Economics mengenal konsep dan praktek ekonomi Islam*. Makassar: Lumbung Informasi Pendidikan. (2010).
- Adzkiya, A. *Analisi Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017. Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. (2018).
- Affah, N. D. *Islam, Kepemimpinan Perempuan, dan Seksualitas*. DKI Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. (2017).
- AL-arif, M. R. *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memaksimumkan Kepuasan. Jurnal Sosio-Religia Linksas Yogyakarta*. (2010)
- Anggraeni, R. *Hubungan Gaya Berpakaian Mahasiswa Terhadap Tindakan Kriminal. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah*. (2015).
- Boedijoewono, N. *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. (2016).
- Budiati, A. C. *Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa Wanita Modern . Jurnal Sosiologi Islam*. (2011).
- Crisnawati, D., & Abdullah, S. M. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah. Jurnal Spirit*. (2011).
- Daniati. *Trend Penggunaan Jilbab Dikalangan Mahasiswi Universitas Hasanuddin. Skripsi UNHAS*. (2018).
- Fatimatu Zahro, L. *Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Di IAIN Ponorogo. Skripsi*. (2018).
- Fitriani, N. *Fenomena "Jilboob" Dikalangan Mahasiswi Universitas Pasundan Bandung. Skripsi*. (2017).
- Handayani, R. *Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Skripsi UIN Sunan Kalijaga*. (2019).

- Hidayanti, N. S. Trend Model Berjilbab di Kalangan Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto. *Skripsi IAIN Purwokerto*. (2017).
- Ibrahim, I. S. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (dinamika popcase dan mediascape di Indonesia kontemporer)*. Yogyakarta: Jalasutra. (2007).
- Indonesia, P. U. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada. (2014).
- Irmawati. Pengaruh Perubahan Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Mataram Pespekif Teori Islam (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah 2013 IAIN Mataram). *Skripsi*. (2017).
- Ismail, M. D. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group. (2018).
- Java Tresna, T. A. Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan. *Skripsi UNY*. (2013).
- Kadir. *Statistika Terapan*. Jakarta: Rajawali Pers. (2016).
- Latifa, K. Hijabers di Era Informasi (sudi information sharing dan gaya hidup hijabers komunitas hijaber surabaya). *Skripsi*. (2014).
- Lestari, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. (2017).
- M.Si, P. *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama. (2018).
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishier. (2015).
- Maryam, S. Pengaruh Perubahan Trend Jilbab dan ketertarikan Fashion Berjilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syarifuddin Jambi. *Skrripsi*. (2015).
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal*. (2018).
- Mulyasari, A. Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskripsi Kualitatif Online Shop@e\_fabric pada Remaja di Kota Semarang. *Skripsi*. (2017).
- Nasution, M. E. *Pengenalan Eksklusif : Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup. (2006).

- Noor, S. D. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri. (2017).
- Novitasari, Y. F. *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (studi fenomenologi tentang alasan perempuan memakai jilbab dan aktivitas solo hijabers community)*. Skripsi. (2014).
- Pormalinggo, R., Mandey, S. L., & Uhing, Y. Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. (2015).
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. Pola Perilaku Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religius. *JESST*. (2015).
- Rania, L. Pengaruh Trend Jilbab Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. (2018).
- RI, K. A. *Kedudukan dan Peran Perempuan (Tafsir Alquran Tematik)*. Jakarta: Aku Bisa. (2012).
- Risqiningsih, S. Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo). *Skripsi FSEI IAIN Walisongo*. (2013).
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. (2014).
- Sa'adatunnisa, Arifin, M. M., & Jelita. Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya. *Jurnal Al-Qard*. (2016).
- Sani, M. H. Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswi FISIB USU dengan Munculnya Belanja Online. *Skripsi FISIP USU*. (2017).
- Satori, D., & Komariah, A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. (2013).
- Setiadi, N. J. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Fajar Interpratama Offset. (2003).
- Shihab, M. *Jilbab*. Tangerang Selatan: Lentera Hati. (2014).

- Sidang, N. K. Fenomena Trend Fashion Jilbab Dalam Keputusan Pembelian Jilbab (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam. *Skripsi FEBI UIN Alauddin Makassar*. (2016).
- Sindung, H. *Sosiologi Ekonomi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media. (2016).
- Siregar, A. Z., & Harahap, N. *Strategi dan Teknik Penuisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama. (2019).
- Subhan, P. *Al-Qur'an dan Perempuan: Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran*. Jakarta: Prenadamedia Group. (2015).
- Sulayman, A. D. *Kitab. Al-Libas*. Beirut-Libanon: Darul Kutub 'Ilmiyah. (1996 M).
- Sumar'in. *Ekonomi Islam; Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu (2013)..
- Suminar, E. Konsep Diri, Konformitas Dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*. (2015).
- Wagiyo. *Teori Sosiologi Modern*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. (2012).
- Waluya, B. *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purnama Inves. (2007).
- Wijayanti, R. Jilbab Sebagai Etika Busana Muslimah Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Studi Ekonomi Islam*. (2017).
- Wulandari, S. Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Skripsi FEBI UIN STS*. (2018).
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. Hubungan Konformitas dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri Dikota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. (2015).
- Yunita Sari, M. R. Jilbab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern (Studi Kasus Dikalangan Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Dirasat Islamiyah Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga*. (2016).
- Yusuf, M. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana. (2017).

Zuriah, N. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. (2009).



**IAIN PALOPO**



**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

**IAIN PALOPO**

### **Ketentuan Pengisian Angket :**

- 1) Angket ini merupakan angket penelitian murni dan tidak ada tendensi apapun kecuali hanya untuk kepentingan ilmiah semata.
- 2) Angket ini berbentuk angket pernyataan dengan pilihan :
  - SS = Sangat Setuju
  - S = Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - STS = Sangat Tidak Setuju

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

- 3) Pengisian angket dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban pernyataan.

### **I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama Lengkap :

Usia :

Alamat :

Uang saku/bulan : ( ) < Rp.300.000  
( ) Rp.300.000 – Rp.600.000  
( ) Rp.600.000 – Rp.800.000  
( ) Rp.800.000 – Rp.1000.000  
( ) > Rp. 1000.000

## II. Kuesioner Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi IAIN Palopo)

### 1. Pernyataan untuk variabel *Trend* jilbab (X)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Trend adalah kecenderungan atau yang menjadi idola terhadap ssuatu yang banyak diminati masyarakat				
2	Jilbab merupakan sesuatu yang sedang diminati dikalangan mahasiswi				
3	Saya membeli jilbab yang sedang diminati karena harganya yang terjangkau				
4	Saya membeli dan menggunakan jilbab yang sedang diminati berdasarkan model yang sedang menjadi trend				
5	Saya membeli dan menggunakan jilbab yang sedang diminati berdasarkan kualitas bahan yang digunakan				
6	Saya membeli jilbab berdasarkan merek yang sedang menjadi trend				
7	Jilbab yang paling banyak diminati adalah jilbab segi empat dan pashmina				
8	Jilbab yang paling banyak diminati adalah jilbab syar'i				
9	Saya membeli jilbab karena kebutuhan bukan mengikuti trend				
10	Jilbab yang sedang trend sesuai dengan selera saya				

## 2. Pernyataan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Membeli jilbab demi menjaga penampilan				
2	Membeli jilbab karena sesuai dengan tampilan saya yang modis				
3	Membeli jilbab atas pertimbangan harga				
4	Membeli jilbab karena sesuai dengan uang saku yang saya miliki				
5	Membeli jilbab hanya sekedar menjaga simbol status				
6	Muncul penilaian bahwa membeli jilbab dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi				
7	Membeli jilbab karena harganya murah bukan karena kebutuhan				
8	Membeli jilbab hanya untuk koleksi				
9	Membeli jilbab karena lingkungan dan teman saya menggunakannya				
10	Membeli jilbab untuk memamadukan antara jilbab dengan pakaian				

**Daftar Jawaban Responden untuk Variabel *Trend* Jilbab (X)**

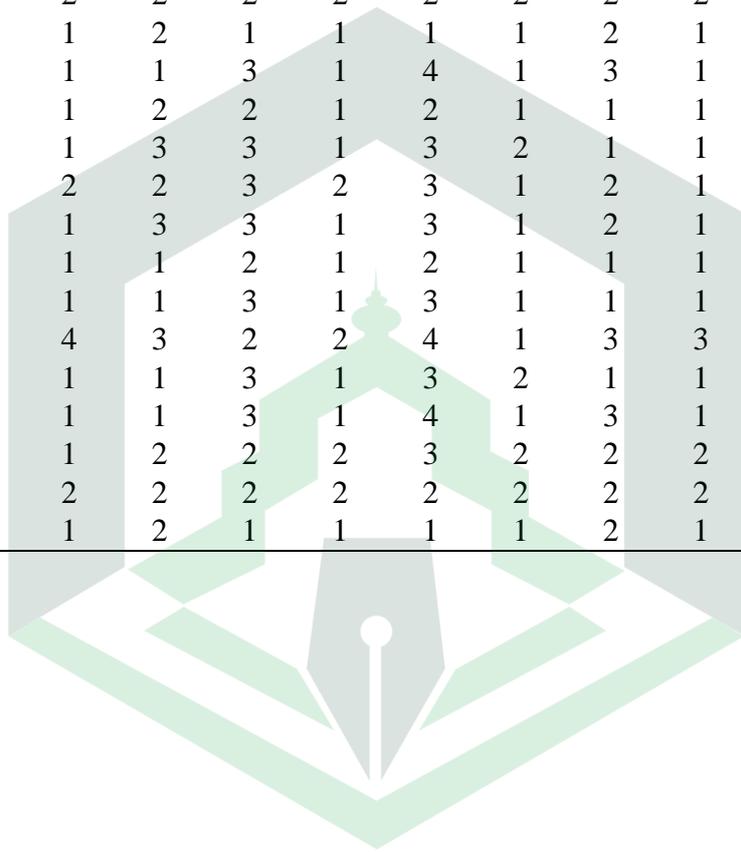
No	No Urut Responden										Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	34
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	3	4	4	1	4	1	4	4	4	4	33
6	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	27
7	3	2	2	4	1	4	2	2	2	4	26
8	4	2	3	2	3	2	2	1	1	3	23
9	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	29
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
17	3	4	2	3	4	3	1	2	4	3	29
18	2	3	3	4	3	4	4	2	3	3	31
19	2	4	2	2	4	2	4	4	1	2	27
20	3	1	3	3	2	3	2	1	4	3	25
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	32
23	1	2	1	3	2	2	4	2	1	2	20
24	3	1	2	1	2	4	1	2	2	2	20
25	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	24
26	4	1	3	2	1	2	3	2	4	4	26
27	4	4	3	1	3	1	3	1	3	1	24
28	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	28
29	3	3	4	4	1	4	2	1	1	3	26
30	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	33
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
32	2	1	2	3	3	1	2	1	2	3	20
33	3	3	4	2	2	3	1	2	4	3	27
34	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	19
35	1	3	3	4	4	3	1	2	4	4	29
36	2	2	3	4	3	3	2	4	4	3	30
37	3	3	2	2	2	1	2	2	3	1	21
38	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	25
39	3	2	4	2	3	3	2	2	4	2	27

40	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	28
41	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3	30
42	1	3	3	4	3	4	1	2	4	2	27
43	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	28
44	2	3	4	2	3	4	3	2	2	2	27
45	1	2	3	3	3	3	1	2	3	4	25
46	2	3	3	3	4	3	4	2	3	1	28
47	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	24
48	2	3	3	4	2	3	3	4	1	4	29
49	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	30
50	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	31
51	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	21
52	4	2	3	2	3	2	4	2	3	4	29
53	3	4	3	2	4	4	3	3	3	2	31
54	3	1	4	3	3	2	4	2	3	3	28
55	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	26
56	4	1	3	4	2	2	3	4	3	4	30
57	2	4	4	3	3	1	4	3	4	3	31
58	4	2	3	4	2	4	3	4	3	4	33
59	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	29
60	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	31
61	1	3	3	3	4	2	3	4	2	2	27
62	1	4	3	3	1	4	3	3	4	4	30
63	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	16
64	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	32
65	4	3	3	1	4	2	4	4	3	4	32
66	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	34
67	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	28
68	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	30
69	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35
70	1	3	1	1	2	4	2	2	3	3	22
71	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	31
72	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	30
73	3	4	3	3	3	3	3	3	4	1	30
74	2	4	4	2	4	4	2	4	1	3	30
75	4	3	3	3	4	1	2	4	4	4	32
76	2	2	2	4	1	3	2	3	4	3	26
77	4	2	3	2	4	3	4	3	3	4	32
78	2	3	1	3	1	3	2	4	2	4	25
79	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	31
80	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
81	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	15
82	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	16
83	2	2	1	3	1	3	2	2	1	1	18

84	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11
85	2	2	3	2	1	3	1	3	1	1	19
86	3	1	1	4	1	4	1	1	4	2	22
87	4	1	1	4	1	4	1	1	1	4	22
88	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	23
89	1	1	2	3	2	3	1	2	1	2	18
90	2	1	2	4	3	4	4	2	1	3	26
91	3	1	2	2	1	3	1	3	1	2	19
92	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4	26
93	2	1	2	4	4	3	2	2	1	4	25
94	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	14
95	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	14
96	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	17
97	2	2	2	3	1	3	2	2	1	2	20
98	4	4	3	4	3	4	1	2	1	4	30
99	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	16
100	1	1	2	4	1	2	1	1	1	2	16
101	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	17
102	3	3	4	4	1	4	1	3	1	4	28
103	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	17
104	2	2	2	3	2	1	3	4	4	2	25
105	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	18
106	2	1	1	2	1	2	3	1	2	1	16
107	2	1	1	2	3	3	1	2	1	1	17
108	2	2	2	2	2	3	2	1	1	3	20
109	2	1	1	2	1	3	3	2	1	1	17
110	3	4	4	1	4	1	4	4	4	4	33
111	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	12
112	3	2	2	4	1	4	2	2	2	4	26
113	1	2	2	2	1	3	3	2	1	3	20
114	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	15
115	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
116	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	15
117	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	16
118	2	2	1	3	1	3	2	2	1	1	18
119	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11
120	2	2	3	2	1	3	1	3	1	1	19
121	3	1	1	4	1	4	1	1	4	2	22
122	4	1	1	4	1	4	1	1	1	4	22
123	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	23
124	1	1	2	3	2	3	1	2	1	2	18
125	2	1	2	4	3	4	4	2	1	3	26
126	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	14
127	2	1	1	3	1	3	2	1	1	1	16

128	1	2	1	4	2	2	1	2	1	3	19
129	1	1	3	4	1	4	4	1	1	3	23
130	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	13
131	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	14
132	3	1	2	3	2	3	2	2	1	2	21
133	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	12
134	1	4	3	1	3	1	1	1	1	1	17
135	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	17
136	1	3	4	4	1	4	2	1	1	3	24
137	1	1	4	4	2	2	4	1	1	4	24
138	1	1	1	3	1	1	3	1	1	2	15
139	1	1	4	3	3	3	2	2	1	2	22
140	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	34
141	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	20
142	2	1	1	4	2	3	1	2	2	1	19
143	2	2	3	4	3	3	2	1	4	3	27
144	1	1	2	1	2	4	2	2	1	1	17
145	2	1	3	2	1	3	2	2	2	2	20
146	2	2	4	4	2	4	2	2	4	2	28
147	2	1	2	3	1	3	1	2	1	3	19
148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
149	3	1	3	4	1	4	1	1	1	2	21
150	1	1	2	3	3	3	1	1	1	3	19
151	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	18
152	1	2	3	3	3	3	1	2	3	2	23
153	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11
154	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
155	2	1	1	4	2	4	1	1	1	1	18
156	3	1	2	2	1	3	1	3	1	2	19
157	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4	26
158	2	1	2	4	4	3	2	2	1	4	25
159	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	14
160	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	14
161	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	17
162	2	2	2	3	1	3	2	2	1	2	20
163	4	4	3	4	3	4	1	2	1	4	30
164	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	16
165	1	1	2	4	1	2	1	1	1	2	16
166	3	1	2	2	2	3	2	3	1	3	22
167	1	4	1	4	1	3	1	4	1	3	23
168	1	1	2	2	1	3	1	1	1	2	15
169	2	2	2	2	2	4	1	1	4	1	21
170	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	14
171	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	24

172	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	20
173	4	1	2	1	2	2	1	2	1	2	18
174	2	1	3	4	2	3	3	1	1	3	23
175	2	2	3	3	1	2	3	2	1	2	21
176	2	2	3	4	3	4	1	2	2	3	26
177	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	19
178	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2	16
179	2	1	1	2	1	2	1	1	3	2	16
180	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
181	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	13
182	1	1	1	3	1	4	1	3	1	1	17
183	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	13
184	2	1	3	3	1	3	2	1	1	2	19
185	2	2	2	3	2	3	1	2	1	3	21
186	1	1	3	3	1	3	1	2	1	2	18
187	2	1	1	2	1	2	1	1	1	4	16
188	2	1	1	3	1	3	1	1	1	1	15
189	2	4	3	2	2	4	1	3	3	4	28
190	2	1	1	3	1	3	2	1	1	4	19
191	1	1	1	3	1	4	1	3	1	2	18
192	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	21
193	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
194	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	13



**IAIN PALOPO**

**Daftar Jawaban Reponden untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

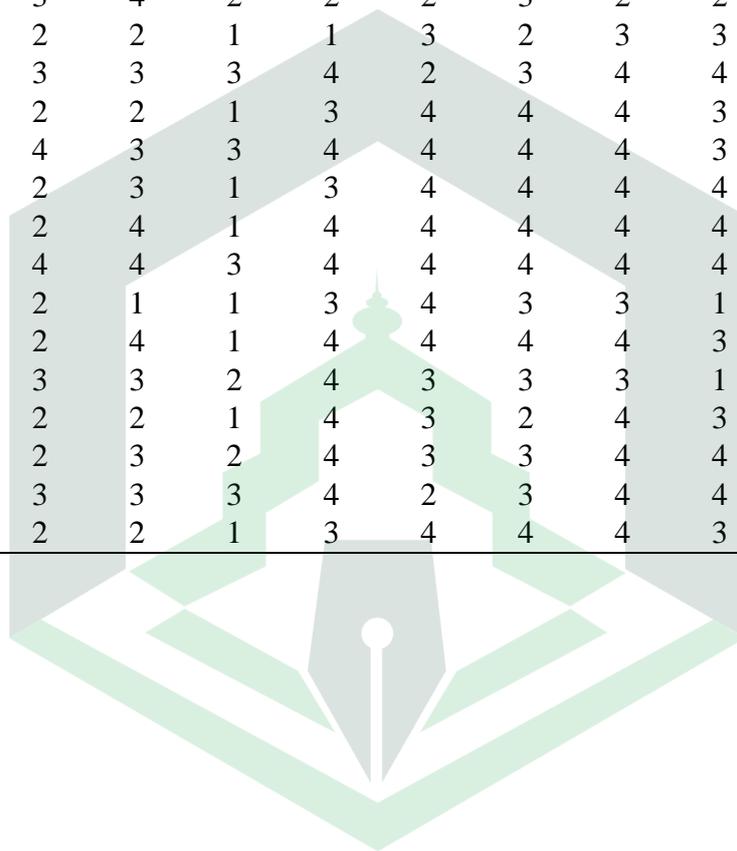
No	No Urut Responden										Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
2	3	2	4	1	4	3	2	4	3	3	29
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	28
5	3	3	2	4	1	2	3	4	3	4	29
6	2	2	3	2	4	3	3	4	4	3	30
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	33
9	4	3	2	4	3	1	3	1	3	4	28
10	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	33
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
12	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
14	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	34
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
17	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	28
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
19	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	33
20	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	33
21	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	36
22	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	33
23	3	2	3	1	4	4	2	3	2	1	25
24	4	1	3	2	4	3	4	4	4	3	32
25	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	25
26	2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	24
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
28	3	2	3	3	4	4	2	3	4	2	30
29	3	2	4	4	4	4	3	3	4	2	33
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
32	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	16
33	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	28
34	3	3	3	2	4	2	4	2	3	4	30
35	1	2	3	3	1	4	3	2	3	3	25
36	3	2	4	3	2	4	1	4	3	3	29
37	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	29
38	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	26
39	4	1	2	3	4	4	2	2	3	1	26

40	3	2	3	3	1	2	3	4	3	3	27
41	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	32
42	2	4	1	4	3	4	2	4	1	2	27
43	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	32
44	3	4	1	3	2	4	4	2	2	3	28
45	4	2	3	3	4	3	3	2	3	1	28
46	3	2	4	3	1	4	3	4	3	3	30
47	4	3	3	4	4	2	3	2	4	3	32
48	3	4	3	1	4	4	2	4	3	4	32
49	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	34
50	1	4	3	1	4	3	3	3	3	3	28
51	2	1	4	3	4	3	2	2	2	2	25
52	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	32
53	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	36
54	3	4	4	3	2	4	4	2	3	4	33
55	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	30
56	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
57	3	2	3	3	4	3	3	2	3	1	27
58	2	4	4	4	4	4	1	4	3	2	32
59	4	2	3	3	3	1	3	2	4	4	29
60	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	31
61	4	3	3	2	4	4	2	2	3	4	31
62	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	29
63	3	1	4	2	1	4	3	2	4	3	27
64	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	31
65	4	2	4	4	4	3	4	2	3	2	32
66	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4	33
67	3	2	4	3	4	4	3	2	2	3	30
68	4	4	3	3	3	1	3	4	3	1	29
69	3	2	4	4	4	4	4	2	3	3	33
70	4	2	3	3	1	4	3	2	3	3	28
71	3	4	3	3	4	1	3	4	3	4	32
72	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	33
73	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	28
74	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	34
75	3	2	3	3	2	2	3	2	3	4	27
76	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	34
77	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	35
78	3	2	4	3	2	3	4	2	3	3	29
79	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
80	2	2	3	1	3	3	3	4	3	1	25
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
82	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	33
83	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	30

84	2	2	4	2	4	2	4	4	2	3	29
85	3	2	4	2	4	4	4	4	3	2	32
86	2	2	3	1	3	4	4	4	4	2	29
87	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	25
88	1	1	4	1	3	2	4	4	2	1	23
89	2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	24
90	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	21
91	2	3	3	3	4	2	3	4	4	2	30
92	1	2	2	1	3	4	4	4	3	2	26
93	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	33
94	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	31
95	2	1	2	1	2	3	3	3	3	2	22
96	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12
97	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	14
98	3	2	4	2	4	4	4	4	4	3	34
99	1	2	2	2	3	1	4	4	4	3	26
100	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
101	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
102	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	35
103	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	28
104	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	20
105	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
106	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	17
107	4	1	2	2	4	3	4	4	3	2	29
108	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	26
109	1	2	3	1	3	3	3	3	3	2	24
101	3	1	2	4	1	1	1	1	1	1	16
111	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	27
112	2	1	4	2	4	4	4	4	4	1	30
113	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	34
114	2	2	2	1	4	4	4	4	4	3	30
115	4	3	2	4	1	1	1	1	1	4	22
116	1	4	4	1	4	4	4	4	2	2	30
117	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	36
118	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	33
119	1	2	1	1	4	2	1	2	3	1	18
120	1	2	1	3	4	3	3	2	1	1	21
121	3	1	3	3	3	4	4	4	3	3	31
122	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	35
123	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	36
124	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	28
125	2	2	1	1	3	3	2	4	3	1	22
126	2	2	3	1	3	2	4	3	3	2	25
127	4	2	2	1	4	4	3	4	4	2	30

128	2	1	3	1	4	4	4	4	4	2	29
129	1	2	4	1	4	4	2	4	4	2	28
130	2	2	3	1	4	4	2	3	2	1	24
131	1	1	2	1	4	3	4	4	4	1	25
132	2	2	3	1	3	1	2	3	2	2	21
133	2	1	2	1	3	3	2	2	2	1	19
134	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	36
135	2	2	3	1	4	4	2	3	4	2	27
136	1	2	4	4	4	4	3	3	4	1	30
137	1	3	2	2	4	4	4	4	4	3	31
138	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	25
139	2	4	3	3	3	3	4	4	4	2	32
140	4	4	3	3	2	1	1	2	2	4	26
141	2	2	2	1	3	3	3	3	2	1	22
142	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	36
143	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	33
144	3	3	3	1	3	1	4	1	3	4	26
145	2	1	2	2	1	3	3	3	3	1	21
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
147	1	2	2	1	4	4	4	4	3	2	27
148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
149	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	34
150	3	2	4	1	4	3	3	4	4	3	31
151	1	2	1	2	4	3	3	4	4	1	25
152	2	1	2	1	2	3	3	3	3	2	22
153	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12
154	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	14
155	3	2	4	2	4	4	4	4	4	3	34
156	1	2	2	2	3	1	4	4	4	3	26
157	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
158	2	4	4	2	4	4	3	4	4	2	33
159	1	2	1	1	4	3	4	4	4	2	26
160	2	1	2	1	3	2	3	3	3	2	22
161	1	1	1	2	3	4	3	4	2	1	22
162	1	2	2	2	4	3	3	3	2	2	24
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
164	1	2	3	1	4	3	4	4	3	2	27
165	2	3	3	2	4	3	4	4	4	4	33
166	3	2	3	2	3	4	4	4	2	2	29
167	1	2	4	1	4	4	4	4	1	1	26
168	1	3	3	3	1	4	4	4	4	4	31
169	1	2	4	1	4	3	1	4	3	2	25
170	2	2	2	1	3	4	2	3	3	1	23
171	2	2	3	1	3	3	3	4	3	1	25

172	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
173	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	33
174	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	30
175	2	2	4	2	4	2	4	4	2	3	29
176	3	2	4	2	4	4	4	4	3	2	32
177	2	2	3	1	3	4	4	4	4	2	29
178	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	25
179	1	1	4	1	3	2	4	4	2	1	23
180	2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	24
181	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	21
182	2	3	3	3	4	2	3	4	4	2	30
183	1	2	2	1	3	4	4	4	3	2	26
184	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	33
185	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	31
186	2	2	4	1	4	4	4	4	4	2	31
187	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	36
188	1	2	1	1	3	4	3	3	1	2	21
189	4	2	4	1	4	4	4	4	3	2	32
190	1	3	3	2	4	3	3	3	1	1	24
191	1	2	2	1	4	3	2	4	3	2	24
192	2	2	3	2	4	3	3	4	4	3	30
193	2	3	3	3	4	2	3	4	4	2	30
194	1	2	2	1	3	4	4	4	3	2	26



**IAIN PALOPO**

*Dr. Takdir, SH., MH.*

*Nur Aqidah Ariani, S.E., M.Sc.*

---

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Ani Eskalanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ani Eskalanti

NIM : 16 0401 0241

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi IAIN Palopo

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. Takdir, SH., MH.

Tanggal:

Pembimbing II



Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc

Tanggal: 26 / 08 / 2021

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama proposal penelitian skripsi berjudul :

**Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN**

**Palopo.**

Yang ditulis oleh :

Nama : Ani Eskalanti

Nim : 16 0401 0241

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa proposal penelitian skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian Munaqasyah

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

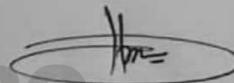
Pembimbing I



Dr. Takdir, SH., MH.

Tanggal:

Pembimbing II



Nur Aqidah Ariani, S.E., M.Sc.

Tanggal: 26 / 08 / 2021

## HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN yang ditulis oleh Ani Esklanti Nomor Induk Mahasiswa 16 0401 0241, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Senin, 12 Juli 2021 bertepatan dengan tanggal 12 Agustus 2021 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M

(  )

Ketua Sidang/Penguji

Tanggal:

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.

(  )

Sekretaris Sidang/Penguji

Tanggal:

3. Muzayyanah Jabani ST., MM.

(  )

Penguji I

Tanggal:

4. Arsyad L, S.Si., M.Si.

(  )

Penguji II

Tanggal:

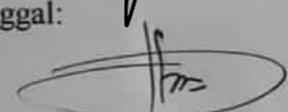
5. Dr. Takdir, SH., MH.

(  )

Pembimbing I

Tanggal:

6. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

(  )

Pembimbing II

Tanggal: 26/08/2021

Muzayyanah Jabani, ST., MM.

Arsyad L, S.Si., M.Si.

Dr. Takdir, SH., MH.

Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

### NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -  
Hal : Skripsi an. Ani Eskalanti  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum wr.wb*

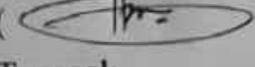
Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16 0401 0241  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : "Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

- |                                  |          |   |   |
|----------------------------------|----------|---|---|
| 1. Muzayyanah Jabani, ST., MM.   | (        |  | ) |
| Penguji I                        | Tanggal: |   |   |
| 2. Arsyad L, S.Si., M.Si.        | (        |  | ) |
| Penguji II                       | Tanggal: |   |   |
| 3. Dr. Takdir, SH., MH.          | (        |  | ) |
| Pembimbing I                     | Tanggal: |   |   |
| 4. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. | (        |  | ) |
| Pembimbing II                    | Tanggal: |   |   |

*Dr. Takdir, SH., MH.*

*Nur Aqidah Ariani, S.E., M.Sc.*

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Ani Eskalanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ani Eskalanti

NIM : 16 0401 0241

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi IAIN Palopo

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. Takdir, SH., MH.

Tanggal:

Pembimbing II



Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc

Tanggal:

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama proposal penelitian skripsi berjudul :

### **Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN**

#### **Palopo.**

Yang ditulis oleh :

Nama : Ani Eskalanti

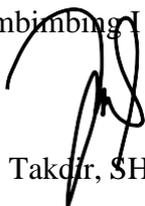
Nim 16 0401 0241

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa proposal penelitian skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian. Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Takdir, SH., MH.

Tanggal:

Pembimbing II



Nur Aqidan Ariani, S.E., M.Sc.

Tanggal:

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Proposal : **Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Islam Negeri Palopo).**

Yang di tulis oleh

Nama : Ani Eskalanti

Nim : 16 0401 0241

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada Seminar Proposal

Demikian untuk proses selanjutnya

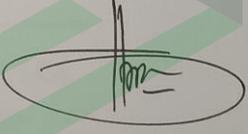
Palopo, Februari 2020

Pembimbing I

  
Dr. Takdir, SH.MH.

NIP. 19790724 200312 1 002

Pembimbing II

  
Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

NIP. 19880210 201801 2 001

# IAIN PALOPO

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, Februari 2020

PERIHAL : PROPOSAL

Lampiran : -

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan Proposal Mahasiswa tersebut di bawah ini

Nama : Ani Eskalanti

Nim : 16 0401 0241

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Islam Negeri Palopo).**

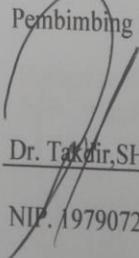
Menyatakan bahwa Proposal tersebut sudah layak diajukan untuk diseminarkan.

Demikian untuk di proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

# IAIN PALOPO

Pembimbing I

  
Dr. Takfir, SH.MH

NIP. 19790724 200312 1 002

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, Februari 2020

PERIHAL : PROPOSAL

Lampiran : -

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan Proposal Mahasiswa tersebut di bawah ini

Nama : Ani Eskalanti

Nim : 16 0401 0241

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : **Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Islam Negeri Palopo).**

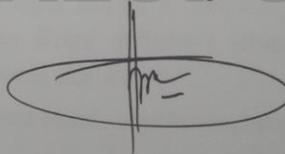
Menyatakan bahwa Proposal tersebut sudah layak diajukan untuk diseminarkan

Demikian untuk di proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

**IAIN PALOPO**

Pembimbing II



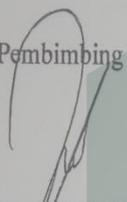
Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

NIP. 19880210 201801 2 001

## HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal penelitian skripsi berjudul **Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi IAIN Palopo)** yang diajukan oleh Ani Eskalanti NIM 16 0401 0241, telah diseminarkan pada hari jumat, tanggal 6 Maret 2020 dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan penguji, dinyatakan diterima untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I

  
Dr. Takdir SH., M.H  
Tanggal :

Pembimbing II

  
Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc  
Tanggal : 12/03/2020

Mengetahui:  
a.n Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan

  
Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
NIP. 19801004 200901 1 007

# IAIN PALOPO



**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL**

Pada Hari ini Jumat Tanggal 06 bulan Maret tahun 2020 telah dilaksanakan Ujian Proposal mahasiswa (i):

Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16 0401 0241  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** ..... dan masa perbaikan ..)..... pekan/bulan:

Dengan Hasil Ujian:

- |                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Proposal diterima tanpa perbaikan  |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Proposal diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/>            | Proposal ditolak dan seminar ulang |

Dosen Pembimbing I

Dr. Takdir, SH., M.H.

Dosen Pembimbing II

Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc

**IAIN PALOPO**

Pimpinan Sidang,

**Dr. Fasiha, M.El.**

NIP. 198102132006042002



BERITA ACARA UJIAN HASIL

Pada Hari ini Senin Tanggal 12 bulan Juli tahun 2021 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

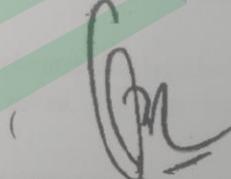
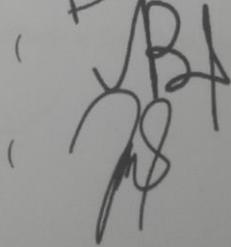
Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16 0401.0241  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI ...90.....** dan masa perbaikan ..... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- |                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Skripsi diterima tanpa perbaikan  |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/>            | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
(Ketua Sidang/Penguji) (  )
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
(Sekretaris Sidang/Penguji) (  )
3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.  
(Penguji I) (  )
4. Arsyad L, S.Si., M.Si.  
(Penguji II) (  )
5. Dr. Takdir, SH., MH.  
(Pembimbing I/ Penguji I) (  )



BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Kamis Tanggal 28 bulan Oktober Tahun 2021 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

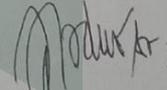
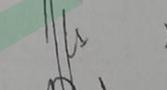
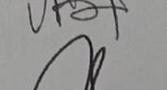
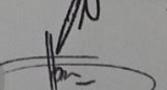
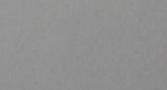
Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16 0401 0241  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** <sup>95</sup> ..... dan masa perbaikan ..... ~~pekan~~ / bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- |                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Skripsi diterima tanpa perbaikan  |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/>            | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.  
(Ketua Sidang/Penguji) (  )
2. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.  
(Penguji I) (  )
3. Arsyad L, S.Si., M.Si.  
(Penguji II) (  )
4. Dr. Takdir, SH., MH.  
(Pembimbing I/ Penguji I) (  )
5. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.  
(Pembimbing II/ Penguji I) (  )

LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Senin Tanggal, 12 Juli 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Jelaskan indikator variabel Penelitian
2	Perjelas teori setiap variabel
3	Perhatikan ayat yang berkaitan
4	Gunakan Penelitian terdahulu yang relevan
5	Sesuai dengan Penelitian yang dibahas.
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji I.

  
Muzakkiyah Tabani S.T., M.M.  
NIP. \_\_\_\_\_



LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Senin Tanggal, 12 Juli 2021

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Sertakan lampiran dalam skripsi
2	Perjelas latar belakang Masalah.
3	Ketalahan 10% dlm Pengambilan Sampel, ubah menjadi 5%.
5	Teknik Pengambilan Sampel diganti dengan acidental sampling.
6	
7	Perbaiki Rumus dlm Persamaan Regresi linear.
8	Nilai Determinasi (R square) terlalu kecil.
9	
10	

Penguji II.

  
Arsyad L. Sidi, M.Si.  
NIP. \_\_\_\_\_



LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Selasa Tanggal, 31 Agustus 2021

No.	Materi Konsultasi	Uraian
1	Acc	
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Pembimbing 1.

  
Dr. T. Kadir, S.H., M.H.  
NIP.



LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, 1 Hari Kamis Tanggal, 12 Agustus 2021

No.	Materi Konsultasi	Uraian
1	Tabel Terbuka	
2	Lengkapi lampiran penelitian.	
3	Memperhatikan Pedoman Penulisan Skripsi.	
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Pembimbing II.

  
Nuzul Arman Azzadah, Sc.M.Sc.  
NIP.





**KARTU KONTROL  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

E-mail: [iainpalopo.feb@gmail.com](mailto:iainpalopo.feb@gmail.com) Website: <http://febi-iainpalopo.ac.id>

Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16.0401.0291  
Prodi : Ekonomi Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Rabu 15/01/2020	Rama	Analisis Faktor2 yang mempengaruhi minat bekerja buruh wanita pada gudang rumput		
2	Rabu 15/01/2020	Muh. Ma'ruf Musratab. B.	Pengaruh inklusi keuangan Terhadap UMKM melalui integrasi finansial teknologi Di kota Palopo		
3	Rabu 15/01/2020	Vera d'is andi	Pengaruh Glass Ceiling Terhadap Perkembangan Kader Wanita (studi kuantitatif) IAIN Palopo		
4	Rabu 15/01/2020	Ali Sulstiwah	Pengaruh Tingkat Pendapatan Orang tua terhadap motivasi anak melanjutkan Pendidikan di desa Tampa kec. Ponrang Kab. Wau		
5	Rabu 15/01/2020	Hasrul Hasan	Pengembangan Usaha cula merah berbasis Ekonomi Kreatif di kec. Latimong kab. Wau		
6	Rabu 15/01/2020	Sunarti	Pengaruh kemandirian mahasiswa dalam mengurangi ketergantungan pada Persewaan keluarga study kasus mahasiswa febi santrii		
7	Rabu 15/01/2020	Alfian Afandi	Analisis Program Kerja (GAPKETA) Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani di desa Tulungsi kec. Sukamaju Kab. Wau Utara		
8	Rabu 15/01/2020	Hamizal	Pemberdayaan Masyarakat dalam upaya Peningkatan Pendapatan melalui Pengelolaan ikan Gabus menjadi abon di desa Pomperang		
9	Rabu 15/01/2020	Titing Purawati Sari	Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui terhadap Pemukiman Ekonomi di desa Lawo Pantan kec. Wau Kota Wau		
10	Rabu 15/01/2020	Hasni Widadwati	Pengaruh produksi Suro salak sebagai upaya pemberdayaan Desa Sekawajo kec. Lawa Kab. Wau		
11					
12					
13					
14					
15					

**IAIN PALOPO**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramlah M, MM.  
NIP 196102081 199403 2 001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 10 kali seminar sebelum seminar proposal



**KARTU KONTROL  
SEMINAR HASIL SKRIPSI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

E-mail: [iainpalopo.feb@gmail.com](mailto:iainpalopo.feb@gmail.com) Website: <http://febi-iainpalopo.ac.id>

Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16.0401.0241  
Predi : Ekonomi Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Jumat 05/07/2019	Norma Yunita	Ketimpangan Pengusahan lahan Perkebunan terhadap pertumbuhan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus desa Oraso Kec. Mappadecau)		
2	Jumat 05/07/2019	Xundiana Jurnan	Analisis Kinerja Keuangan PDAM Tirta Butek Kab. Luwu Utara Periode 2017 berserta Kemandagan 1999-2019 ditinjau dari aspek		
3	Senin 08/07/2019	Mursidiu	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pola Konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2016.		
4	Rabu 09/07/2019	Harnita	Pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap perkembangan pendapatan bank syariah (studi kasus Bca kota Bel. Bontolenekeka Rp)		
5	Rabu 10/07/2019	Jusnaeni	strategi pemasaran dalam Meningkatkan Penghasilan usaha rumah makan Pakilo Cabang ratulangi kota Palopo	X	
6	Jumat 12/07/2019	Anwarina kumul Fatmawati	Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan promosi terhadap kuantitas minat masyarakat muslim mengambil tabung pada Bank syariah dikec.waru utara kota palopo	X	
7	Jumat 12/07/2019	Sarvna	Peran Promosi terhadap Perkembangan Bank syariah mandiri kota palopo		
8	Jumat 12/07/2019	Riska	implementasi Produk tabungan nasabah dengan akad mudharabah pada BSM syariah kecp. Beupa.		
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

**IAIN PALOPO**  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.  
NIP 196102081 199403 2 001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil



**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048



**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 373/IP/DPMPTSP/III/2020

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK;
2. Peraturan Mendagri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Mendagri Nomor 7 Tahun 2014;
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : ANI ESKALANTI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Bitti Balandai Kota Palopo  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 16 0401 0241

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH TREND JILBAB TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI (STUDI KASUS MAHASISWI IAIN PALOPO)**

Lokasi Penelitian : KAMPUS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KOTA PALOPO  
Lamanya Penelitian : 13 Maret 2020 s.d. 12 Juni 2020

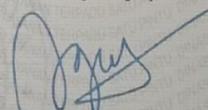
**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 16 Maret 2020

a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

  
**ANDI AGUS MANDASINI, SE, M.AP**

Pangkat : Penata  
NIP : 19780805 201001 1 014

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

# Pengaruh Trend Jilbab terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi IAIN Palopo

## ORIGINALITY REPORT

<b>24%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>iainalopo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.usd.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>adoc.pub</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>docobook.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>text-id.123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>repository.uinjambi.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>Submitted to UIN Raden Intan Lampung</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>13</b>	<b>jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>14</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>15</b>	<b>Submitted to IAIN Bukit Tinggi</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>16</b>	<b>Submitted to Universitas Muria Kudus</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>17</b>	<b>repository.uinsu.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

---

NOTA DINAS

Lamp. : -

Hal : skripsi an. Ani Eskalanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Ani Eskalanti  
NIM : 16 0401 0241  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Trend Jilbab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

**Tim Verifikasi**

1. Abdul Kadir Arno, SE.Sy., M.Si  
tanggal : 28 Agustus 2021

(  )

2. Kamriani, S.Pd.

tanggal : 24 September 2021

(  )

## RIWAYAT HIDUP



**Ani Eskalanti**, lahir di mangkutana pada 19 April 1997.

Penulis merupakan anak dari pasangan seorang ayah bernama Subur Santoso dan Ibu Nur Widayati dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Dusun Sindu Martani, Desa

Sindu Agung, Kecamatan Mangkutanna, Kabupaten Luwu Timur. Menamatkan Pendidikan Dasar pada tahun 2009 di Sekolah Dasar Negeri 157 Sindu Agung. Kemudian, melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Islam Margolembo dan selesai pada tahun 2012. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Mangkutana dan selesai pada tahun 2015. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan S1 pada tahun 2016 dan menjadi mahasiswi di Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

contact person penulis : [ani\\_eskalanti\\_mhs@iainpalopo.ac.id](mailto:ani_eskalanti_mhs@iainpalopo.ac.id)

IAIN PALOPO