

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Sejarah UIN Antasari Banjarmasin**

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin sebelum beralih status pada tahun 2017, dikenal oleh masyarakat dengan Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang didirikan pada tanggal 20 November 1964. Sejak 1964, terdapat 8 pemimpin/rektor yang memimpin IAIN Antasari Banjarmasin. Rektor pertama IAIN Antasari Banjarmasin adalah K.H. Zafri Zamzam. Saat awal kepemimpinannya, terdapat 4 fakultas yang berdiri yaitu Fakultas Syariah di Banjarmasin, Fakultas Syariah di Kandangan, Fakultas Tarbiyah di Barabai, dan Fakultas Ushuluddin di Amuntai. Selanjutnya berdiri Fakultas Tarbiyah di Banjarmasin diikuti Fakultas Tarbiyah cabang Martapura, cabang Rantau, dan cabang Kandangan. Fakultas baru yang didirikan kemudian pada tahun 1970 adalah Fakultas Dakwah di Banjarmasin. Pada akhirnya, IAIN Antasari memiliki 9 fakultas di akhir kepemimpinan Jafri Zamzam.

Pada tahun 1973, di bawah kepemimpinan Rektor kedua, H. Mastur Jahri, MA., diputuskan bahwa semua Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah Kandangan menjadi Fakultas Syariah bertempat di Banjarmasin dan Fakultas Ushuluddin Amuntai juga dipindah ke Baniarmasin tahun 1978.

Hal ini menjadikan IAIN Antasari memiliki 4 fakultas di Banjarmasin yakni Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Dakwah, dan Fakultas Ushuluddin. Rektor kelima yaitu Prof. Drs. K.H. M. Asywadie Syukur, Lc., menginisiasi pendirian Program Pascasarjana pada tahun 1999 dengan Menyusun sebuah tim untuk merancang proposal pendirian yang dipresentasikan di Departemen Agama Pusat Jakarta. Akhirnya, Program Pascasarjana IAIN Antasari Banjarmasin resmi dibuka pada 2 Oktober 2000. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 36 Tahun 2017 Tentang Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tanggal 3 April 2017, IAIN Antasari Banjarmasin beralih status menjadi UIN Antasari Banjarmasin dengan rektor pertama yakni Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A. Seiring dengan perubahan alih status ini, didirikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hal tersebut menjadikan UIN Antasari Banjarmasin memiliki 5 Fakultas yakni Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Program Pascasarjana.

## 2. Visi dan Misi UIN Antasari Banjarmasin

### a. Visi

#### 1) Universitas yang unggul

Menjadi lembaga pendidikan tinggi yang unggul, yakni Istimewa dan menonjol dalam kajian keilmuan yang integratif antara ilmu-ilmu keislaman dan ilmu-ilmu modern, menghayati nilai-nilai kebangsaan, berbasis lokal dan berwawasan global di kawasan Asia Tenggara.

## 2) Berakhlak

Menjadi lembaga pendidikan tinggi yang menanamkan nilai-nilai luhur, akhlak mulia, sesuai dengan ajaran Islam. Budi luhur tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku seseorang terhadap lingkungan, sesama manusia, Tuhan dan diri sendiri.

### b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman interdisipliner yang memiliki keunggulan, kekhasan, dan berdaya saing internasional;
- 2) Melaksanakan pendidikan akhlak dan spritualitas Islam di lingkungan kampus secara komprehensif dan berkesinambungan;
- 3) Melaksanakan penelitian yang memiliki manfaat bagi pengembangan keilmuan dan Masyarakat
- 4) Melaksanakan dan mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat berbasis riset yang memiliki manfaat jangka panjang bagi masyarakat;
- 5) Membangun kepercayaan dan kerjasama dengan lembaga regional, nasional, dan internasional;
- 6) Mengembangkan tata kelola berdasarkan manajemen profesional dalam rangka mencapai kepuasan sivitas akademika dan stakeholder.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	27	35,5%
2.	Perempuan	49	64,5%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi responden atau subjek terdiri dari laki-laki berjumlah 27 orang (35,5%) dan perempuan berjumlah 49 orang (64,5%). Sehingga dapat ditarik kesimpulan kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan.

#### b. Usia

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	21 - 30 tahun	5	6,6%
2.	31 - 40 tahun	24	31,6%
3.	41 - 50 tahun	26	34,2%
4.	> 50 tahun	21	27,6%
Total		76	100 %

Sumber: Data diolah, 2024

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi responden atau subjek terdiri dari usia 21-30 tahun berjumlah 5 orang dengan presentase 6,5%, usia 31-40 tahun berjumlah 24 orang dengan presentase 31,6%, usia 41-50 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 34,2%, dan usia lebih dari 50 tahun berjumlah 21 orang dengan presentase 27,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden berusia 40-50 tahun berjumlah 26 orang (34,2%).

c. Fakultas

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

No	Fakultas	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Tarbiyah dan Keguruan	26	34,2%
2.	Syariah	10	13,2%
3.	Ushuluddin dan Humaniora	16	21,1%
4.	Dakwah dan Ilmu Komunikasi	8	10,5%
5.	Ekonomi dan Bisnis Islam	16	21,1%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi responden atau subjek terdiri dari fakultas Tarbiyah dan Keguruan berjumlah 26 orang (34,2%), fakultas Syariah berjumlah 10 orang (13,2%), fakultas Ushuluddin dan Humaniora berjumlah 16 orang (21,1%), fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi berjumlah 8 orang (10,5%), dan fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam berjumlah 16 orang (21,1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden dari fakultas Tarbiyah dan Keguruan berjumlah 26 Orang (34,2%).

## 2. Analisis Variabel Penelitian

### a. Variabel Gaya Hidup Halal

#### 1) Indikator Aktivitas

**Tabel 4.4 Tanggapan responden dalam beraktivitas sehari-hari menggunakan busana muslim yang nyaman saat digunakan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	5	6,6%
4	Setuju	26	34,2%
5	Sangat Setuju	45	59,2%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.4 sejumlah 5 responden (6,6%) menyatakan netral, 26 responden (34,2%) menyatakan respon setuju, dan 45 responden (59,2%) menyatakan respon sangat setuju.

**Tabel 4.5 Tanggapan responden dilingkungan sekitar, lebih nyaman menggunakan busana muslim yang terpisah (rok dan tunik atau koko dan celana)**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2	Tidak Setuju	4	5,3%

3	Netral	9	11,8%
4	Setuju	46	60,5%
5	Sangat Setuju	16	21%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.5 sejumlah 1 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju, 4 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, 9 responden (11,8%) menyatakan netral, 46 responden (60,5%) menyatakan setuju, dan 16 responden (21%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.6 Tanggapan responden dilingkungan sekitar, lebih nyaman menggunakan busana muslim jubah/gamis**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,9%
2	Tidak Setuju	21	27,6%
3	Netral	15	19,7%
4	Setuju	34	44,7%
5	Sangat Setuju	3	3,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.6 sejumlah 3 responden (3,9%) menyatakan sangat tidak setuju, 21 responden (27,6%) menyatakan tidak setuju, 15 responden (19,7%) menyatakan netral, 34 responden

(44,7%) menyatakan setuju, dan 3 responden (3,9%) menyatakan sangat setuju.

## 2) Indikator Minat

**Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang menggunakan busana muslim yang sedang trend saat ini**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,6%
2	Tidak Setuju	4	5,3%
3	Netral	20	26,3%
4	Setuju	47	61,8%
5	Sangat Setuju	3	3,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.7 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 4 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, 20 responden (26,3%) menyatakan netral, 47 responden (61,8%) menyatakan setuju, dan 3 responden (3,9%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.8 Tanggapan responden tentang media elektronik mempengaruhi dalam memilih model busana muslim**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	9,2%
2	Tidak Setuju	24	31,6%

3	Netral	25	32,9%
4	Setuju	20	26,3%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.8 sejumlah 7 responden (9,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 24 responden (31,6%) menyatakan respon tidak setuju, 25 responden ( 32,9%) menyatakan netral, dan 20 responden (26,3%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.9 Tanggapan responden dalam mencari tahu berbagai informasi busana muslim dimedia sosial**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,9%
2	Tidak Setuju	5	6,6%
3	Netral	33	43,4%
4	Setuju	22	28,9%
5	Sangat Setuju	13	17,1%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.9 sejumlah 3 responden (3,9%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden (6,6%) menyatakan respon tidak setuju, 33 responden ( 43,4%) menyatakan netral, 22

responden (28,9%) menyatakan setuju, dan 13 responden (17,1%) menyatakan sangat setuju.

### 3) Indikator Opini

**Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang busana muslim yang digunakan dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam berpenampilan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,6%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	28	36,8%
4	Setuju	27	35,5%
5	Sangat Setuju	13	17,1%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.10 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan respon tidak setuju, 28 responden (36,8%) menyatakan netral, 27 responden (35,5%) menyatakan setuju, dan 13 responden (17,1%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.11 Tanggapan responden tentang memilih model busana muslim yang digunakan berdasarkan pendapat pribadi**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%

2	Tidak Setuju	1	1,3%
3	Netral	11	14,5%
4	Setuju	34	44,7%
5	Sangat Setuju	30	39,5%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.11 sejumlah 1 responden (1,3%) menyatakan respon tidak setuju, 11 responden (14,5%) menyatakan netral, 34 responden (44,7%) menyatakan setuju, dan 30 responden (39,5%) menyatakan sangat setuju

**Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang memilih model busana muslim yang digunakan dapat menunjukkan citra diri kepada lingkungan sekitar**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	15	19,7%
4	Setuju	17	22,4%
5	Sangat Setuju	44	57,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.12 sejumlah 15 responden (19,7%) menyatakan netral, 17 responden (22,4%) menyatakan setuju, dan 44 responden (57,9%) menyatakan sangat setuju.

## b. Variabel Identitas Diri

## 1) Indikator Sosial

**Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang model busana muslim yang dibeli bisa saran dari teman**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	17	22,4%
3	Netral	30	39,5%
4	Setuju	19	25%
5	Sangat Setuju	10	13,1%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.13 sejumlah 17 responden (22,4%) menyatakan tidak setuju, 30 responden (39,5%) menyatakan netral, 19 responden (25%) menyatakan setuju, dan 10 responden (13,1%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.14 Tanggapan responden tentang memilih model busana muslim yang digunakan karena terpengaruh dengan pergaulan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,9%
3	Netral	29	38,1%
4	Setuju	29	38,1%

5	Sangat Setuju	15	19,8%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.14 sejumlah 3 responden (3,9%) menyatakan tidak setuju, 29 responden (38,1%) menyatakan netral, 29 responden (38,1%) menyatakan setuju, dan 15 responden (19,8%) menyatakan sangat setuju.

## 2) Indikator Fisik

**Tabel 4.15 Tanggapan responden lebih nyaman menggunakan busana muslim yang yang besar dan longgar dibadan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	5,3%
3	Netral	9	11,8%
4	Setuju	38	50%
5	Sangat Setuju	25	32,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.15 sejumlah 4 responden (5,3%) menyatakan tidak setuju, 9 responden (11,8%) menyatakan netral, 38 responden (50%) menyatakan setuju, dan 25 responden (32,9%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.16 Tanggapan responden menyukai busana yang membentuk tubuh**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	39	51,3%
2	Tidak Setuju	29	38,1%
3	Netral	6	7,9%
4	Setuju	1	1,3%
5	Sangat Setuju	1	1,3%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.16 sejumlah 39 responden (51,3%) menyatakan sangat tidak setuju, 29 responden (38,1%) menyatakan tidak setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan netral, 1 responden (1,3%) menyatakan setuju, dan 1 responden (1,3%) menyatakan sangat setuju.

### 3) Indikator Personal

**Tabel 4.17 Tanggapan responden lebih menyukai gaya berbusana dengan pilihan warna-warna senada**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,6%
3	Netral	19	25%
4	Setuju	28	36,8%
5	Sangat Setuju	27	35,5%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.17 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (25%) menyatakan netral, 28 responden (36,8%) menyatakan setuju, dan 27 responden (35,5%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.18 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim yang sesuai dengan karakteristik pribadi**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1,3%
3	Netral	14	18,4%
4	Setuju	32	42,1%
5	Sangat Setuju	29	38,1%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.18 sejumlah 1 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (18,4%) menyatakan netral, 32 responden (42,1%) menyatakan setuju, dan 29 responden (38,1%) menyatakan sangat setuju.

#### 4) Indikator Keluarga

**Tabel 4.19 Tanggapan responden tentang model busana muslim yang digunakan seringkali saran dari keluarga**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
----	--------------------	--------	----------------

1	Sangat Tidak Setuju	4	5,2%
2	Tidak Setuju	15	19,7%
3	Netral	27	35,5%
4	Setuju	19	25%
5	Sangat Setuju	11	14,5%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.19 sejumlah 4 responden (5,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 15 responden (19,7%) menyatakan tidak setuju, 27 responden (35,5%) menyatakan netral, 19 responden (25%) menyatakan setuju, dan 11 responden (14,5%) menyatakan sangat setuju.

c. Variabel Harga

1) Indikator Keterjangkauan Harga

**Tabel 4.20 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim yang harganya terjangkau**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	9	11,8%
4	Setuju	36	47,4%
5	Sangat Setuju	31	40,7%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.20 sejumlah 9 responden (11,8%) menyatakan netral, 36 responden (47,4%) menyatakan setuju, dan 31 responden (40,7%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.21 Tanggapan responden sering tergoda untuk membeli busana muslim apabila ada harga diskon**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	9,2%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	13	17,1%
4	Setuju	47	61,8%
5	Sangat Setuju	3	3,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.21 sejumlah 7 responden (9,2%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan respon tidak setuju, 13 responden (17,1%) menyatakan netral, 47 responden (61,8%) menyatakan setuju, dan 3 responden (3,9%) menyatakan sangat setuju.

## 2) Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas

**Tabel 4.22 Tanggapan responden harga busana muslim yang di beli harus sesuai dengan kualitas produknya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,6%

3	Netral	7	9,2%
4	Setuju	40	52,6%
5	Sangat Setuju	27	35,5%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.22 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan respon tidak setuju, 7 responden (9,2%) menyatakan netral, 40 responden (52,6%) menyatakan setuju, dan 27 responden (35,5%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.23 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim yang harganya mahal karena sudah terjamin kualitasnya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	37	48,6%
2	Tidak Setuju	21	27,6%
3	Netral	12	15,7%
4	Setuju	6	7,9%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.23 sejumlah 37 responden (48,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 21 responden (27,6%) menyatakan

respon tidak setuju, 12 responden ( 15,7%) menyatakan netral, dan 6 responden (7,9%) menyatakan setuju.

### 3) Indikator Daya Saing Harga

**Tabel 4.24 Tanggapan responden sebelum membeli busana muslim harus melihat harga dari berbagai penjual**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	6	7,9%
4	Setuju	52	68,4%
5	Sangat Setuju	12	15,7%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.24 sejumlah 6 responden (7,9%) menyatakan tidak setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan respon netral, 52 responden (68,4%) menyatakan setuju, dan 12 responden (15,7%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.25 Tanggapan responden sering membeli busana muslim ditempat yang lebih murah dari tempat lainnya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,6%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	11	14,4%

4	Setuju	42	55,2%
5	Sangat Setuju	15	19,7%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.25 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (7,9%) menyatakan respon tidak setuju, 11 responden ( 14,4%) menyatakan netral, 42 responden (55,2%) menyatakan setuju, dan 15 responden (19,7%) menyatakan sangat tidak setuju.

#### 4) Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

**Tabel 4.26 Tanggapan responden harga busana muslim yang dibeli sudah sesuai dengan manfaat yang dirasakan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	2	2,6%
4	Setuju	34	44,7%
5	Sangat Setuju	40	52,6%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.26 sejumlah 2 responden (2,6%) menyatakan respon netral, 34 responden (44,7%) menyatakan setuju, dan 40 responden (52,6%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.27 Tanggapan responden membeli model busana muslim yang sudah pernah dibeli karena menyukai modelnya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	11	14,4%
4	Setuju	50	65,7%
5	Sangat Setuju	9	11,8%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.27 sejumlah 6 responden (7,9%) menyatakan tidak setuju, 11 responden (14,4%) menyatakan respon netral, 50 responden (65,7%) menyatakan setuju, dan 9 responden (11,8%) menyatakan sangat setuju.

d. Variabel Pola Konsumsi Halal Fashion

1) Indikator Bakhil

**Tabel 4.28 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim apabila ada diskon atau penawaran menarik lainnya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	6	7,9%
2	Tidak Setuju	13	17,1%
3	Netral	32	42,1%
4	Setuju	18	23,7%
5	Sangat Setuju	7	9,2%

Total	76	100%
-------	----	------

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.28 sejumlah 6 responden (7,9%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (17,1%) menyatakan tidak setuju, 32 responden (42,1%) menyatakan respon netral, 18 responden (23,7%) menyatakan setuju, dan 7 responden (9,2%) menyatakan sangat setuju.

2) Indikator wajar (sederhana)

**Tabel 4.29 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim apabila dibutuhkan**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	6	7,9%
3	Netral	22	28,9%
4	Setuju	27	35,5%
5	Sangat Setuju	21	27,6%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.29 sejumlah 6 responden (7,9%) menyatakan tidak setuju, 22 responden (28,9%) menyatakan respon netral, 27 responden (35,5%) menyatakan setuju, dan 21 responden (27,6%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.30 Tanggapan responden Ketika melihat model busana muslim terbaru walaupun tertarik namun saya selalu berfikir Panjang terlebih dahulu untuk membelinya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	5	6,6%
3	Netral	23	30,2%
4	Setuju	22	28,9%
5	Sangat Setuju	26	34,2%
Total		76	100%

Sumber; Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.30 sejumlah 5 responden (6,6%) menyatakan tidak setuju, 23 responden (30,2%) menyatakan respon netral, 22 responden (28,9%) menyatakan setuju, dan 26 responden (34,2%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.31 Tanggapan responden tentang mengenali dan memahami akan kebutuhan menggunakan busana muslim**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	5,3%
4	Setuju	27	35,5%
5	Sangat Setuju	45	59,2%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.31 sejumlah 4 responden (5,3%) menyatakan respon netral, 27 responden (35,5%) menyatakan setuju, dan 45 responden (59,2%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.32 Tanggapan responden hanya membeli busan muslim sesuai kemampuan bukan untuk memuaskan keinginan semata**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,9%
3	Netral	29	38,1%
4	Setuju	21	27,6%
5	Sangat Setuju	23	30,2%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.32 sejumlah 3 responden (3,9%) menyatakan tidak setuju, 29 responden (38,1%) menyatakan respon netral, 21 responden (27,6%) menyatakan setuju, dan 23 responden (30,2%) menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.33 Tanggapan responden hanya membeli busana yang harga terjangkau olehnya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	5	6,6%
3	Netral	21	27,6%

4	Setuju	29	38,1%
5	Sangat Setuju	21	27,6%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.33 sejumlah 5 responden (6,6%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (27,6%) menyatakan respon netral, 29 responden (38,1%) menyatakan setuju, dan 21 responden (27,6%) menyatakan sangat setuju.

#### 1) Indikator Israf (Berlebihan)

**Tabel 4.34 Tanggapan responden hanya membeli busana muslim yang bermerek walaupun harganya mahal**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	5	6,6%
2	Tidak Setuju	36	47,4%
3	Netral	15	19,7%
4	Setuju	17	22,3%
5	Sangat Setuju	3	3,9%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.34 sejumlah 5 responden (6,6%) menyatakan sangat tidak setuju, 36 responden (47,4%) menyatakan tidak setuju, 17 responden (22,3%) menyatakan respon netral, dan 3 responden (3,9%) menyatakan setuju.

**Tabel 4.35 Tanggapan responden Ketika melihat model busana muslim terbaru langsung membeli tanpa berfikir panjang**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	20	26,3%
2	Tidak Setuju	30	39,5%
3	Netral	18	23,7%
4	Setuju	8	10,5%
5	Sangat Setuju	0	0%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.35 sejumlah 20 responden (26,3%) menyatakan sangat tidak setuju, 30 responden (39,5%) menyatakan tidak setuju, 18 responden (23,7%) menyatakan respon netral, dan 8 responden (10,5%) menyatakan setuju

**Tabel 4.36 Tanggapan responden menggunakan model busana muslim yang dipromosikan oleh idolanya**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	19	25%
3	Netral	32	42,1%
4	Setuju	14	18,4%
5	Sangat Setuju	11	14,4%
Total		76	100%

Sumber: Data diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.36 sejumlah 19 responden (25%) menyatakan tidak setuju, 32 responden (42,1%) menyatakan respon netral, 14 responden (18,4%) menyatakan setuju, dan 11 responden (14,4%) menyatakan sangat setuju.

### 3. Analisis Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Kausalitas Data

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan kevalidan sebuah pernyataan yang ada pada kuesioner. Hal tersebut dapat dilihat melalui perbandingan nilai  $R_{hitung}$  dan  $R_{tabel}$ . Suatu item dianggap valid apabila nilai  $R_{hitung}$  lebih dari  $R_{tabel}$  dengan  $df = n-2$  dan signifikansi 0,05. Dengan total 76 responden, nilai  $R_{tabel}$ ,  $df = 76-2 = 74$  dan didapatkan  $R_{tabel} = 0,225$ . Berikut adalah hasil dari uji realibilitas penelitian ini dengan menggunakan SPSS.25 *for windows*.

**Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Validitas			
		Item	r Hitung	R Tabel	Ket
1.	Gaya Hidup Halal (X1)	X1.1	0,465	0,225	Valid
		X1.2	0,418	0,225	Valid
		X1.3	0,326	0,225	Valid
		X1.4	0,442	0,225	Valid
		X1.5	0,432	0,225	Valid

		X1.6	0,653	0,225	Valid
		X1.7	0,688	0,225	Valid
		X1.8	0,525	0,225	Valid
		X1.9	0,578	0,225	Valid
2.	Identitas Diri (X2)	X2.1	0,728	0,225	Valid
		X2.2	0,652	0,225	Valid
		X2.3	0,445	0,225	Valid
		X2.4	0,396	0,225	Valid
		X2.5	0,564	0,225	Valid
		X2.6	0,471	0,225	Valid
		X2.7	0,699	0,225	Valid
3.	Harga (X3)	X3.1	0,547	0,225	Valid
		X3.2	0,600	0,225	Valid
		X3.3	0,473	0,225	Valid
		X3.4	0,450	0,225	Valid
		X3.5	0,610	0,225	Valid
		X3.6	0,635	0,225	Valid
		X3.7	0,544	0,225	Valid
		X3.8	0,521	0,225	Valid
4.	Pola Konsumsi (Y)	Y.1	0,584	0,225	Valid
		Y.2	0,441	0,225	Valid
		Y.3	0,563	0,225	Valid
		Y.4	0,443	0,225	Valid

		Y.5	0,524	0,225	Valid
		Y.6	0,343	0,225	Valid
		Y.7	0,502	0,225	Valid
		Y.8	0,453	0,225	Valid
		Y.9	0,429	0,225	Valid

Sumber : Data diolah SPSS.25, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasannya seluruh pernyataan dalam variabel mempunyai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Hal tersebut menjadikan bahwa seluruh item pernyataan dalam setiap variabel dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah item pernyataan yang dibuat untuk responden reliabel atau tidak. Tingkat reliabel suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha*. Dengan menggunakan hasil statistik *Cronbach Alpha*, maka suatu kuesioner dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Siregar, 2012, hlm. hlm.178). Berikut adalah hasil dari uji realibilitas penelitian ini dengan menggunakan SPSS *for windows*.

**Tabel 4.38 Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1.	Gaya Hidup Halal (X1)	0,624	0,60	Reliabel
2.	Identitas Diri (X2)	0,658	0,60	Reliabel
3.	Harga (X3)	0,652	0,60	Reliabel
4.	Pola Konsumsi (Y)	0,616	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS.25, 2024

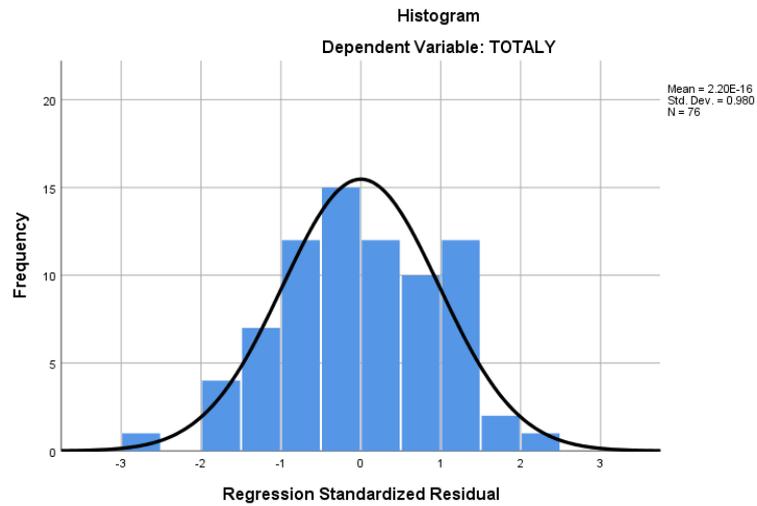
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap variabel lebih besar dari nilai standar, yaitu 0,60. Hal ini dapat menyimpulkan bahwa seluruh variabel pada riset ini dinyatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian Normalitas digunakan untuk melihat hasil data pada kuesioener apakah berdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan tiga metode dekteksi yakni melalui histogram, Normal P-Plot serta Kolmogorov-smirnov. Adapun hasil dari uji normalitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a) Histogram

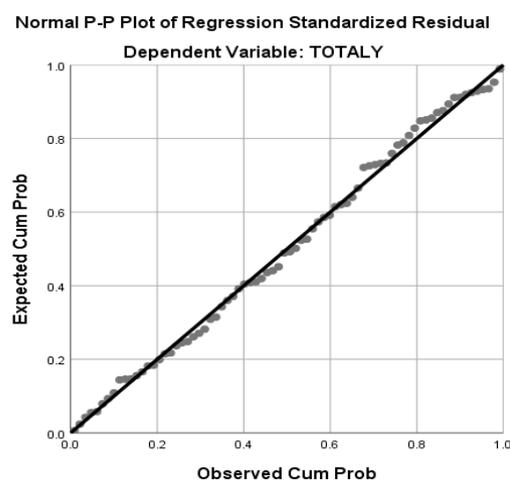


**Gambar 4.1 Histogram**

Sumber: Hasil SPSS.25, 2024

Berdasarkan diagram diatas, dapat dilihat bahwa histogram memperlihatkan kurva normal dengan bentuk lonceng sempurna sehingga data terdistribusi normal.

b) Normal P-Plot



**Gambar 4.2 Normal P-Plot**

Sumber: Hasil SPSS.25, 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan sebaran data mengikuti garis diagonal, atau titik penyebaran data disekitar garis diagonal sehingga data yang digunakan telah berdistribusi normal.

c) Kolmogorov-Smirnov

Terkait asumsi normalitas data, melalui metode Kolmogorov-smirnov. Dasar penetapannya adalah:

1. Apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal.
2. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.39 Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48892118
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.038
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogrov-smirnov menunjukkan nilai signifikan residual

adalah sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan asumsi normalitas terpenuhi.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji ini berguna untuk mengetahui apakah ada terdapat hubungan antar variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang dianggap baik adalah model yang tidak memiliki unsur multikolinieritas. Metode yang digunakan untuk mendekteksi multikolinieritas ini adalah nilai VIF (Variance Inflation Factor). Apabila VIF bernilai  $< 10$  serta tolerance  $> 0,1$  maka dapat dikatakan tidak ada unsur multikolinieritas pada model tersebut

**Tabel 4.40 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.745	1.341
	TOTAL_X2	.729	1.372
	TOTAL_X3	.974	1.026

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Melalui tabel tersebut , dapat diamati nilai VIF di tiap variabel yakni gaya hidup halal ( $X_1$ ) sebesar 1.341, identitas diri ( $X_2$ ) sebesar 1.372 dan harga ( $X_3$ ) sebesar 1.026 yang mana tiap variabel nilainya lebih rendah daripada 10 ( $VIF < 10$ ). Kemudian untuk tolerance dimasing-masing variabel yakni gaya hidup halal ( $X_1$ ) 0,745 , identitas diri ( $X_2$ ) 0,729 dan harga ( $X_3$ ) 0,974 yang memperlihatkan nilai

tolerance pada seluruh variabel lebih tinggi dari 0,1 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak berlangsung multikolinieritas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian data Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan. Dalam sebuah regresi yang baik adalah yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Tidak adanya heteroskedastisitas yakni Ketika nilai signifikansi tiap variabel independen lebih besar dari 0,05. Uji ini dilaksanakan dengan metode Rank Spearman yang mana jika nilai sig.( 2-tailed) tiap variabel  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.41 Hasil Uji Heteroskedastisitas Rank Spearman**

	Variabel	Sig.(2-tailed)
Spearman's	TOTAL_X1	0,874
	TOTAL_X2	0,795
	TOTAL_X3	0,953

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasannya nilai signifikansi (2-tailed) pada variabel independen yakni gaya hidup halal ( $X_1$ )  $0,874 > 0,05$ , identitas diri ( $X_2$ )  $0,795 > 0,05$  dan harga ( $X_3$ )  $0,953 > 0,05$ . Hal tersebut dapat diketahui bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

### c. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mendapatkan sebuah hasil dari pengaruh atau kecondongan korelasi dari variabel apakah berpengaruh positif atau negatif, serta dapat digunakan untuk prediksi pada peningkatan atau penurunan nilai. Berikut ini adalah hasil dari analisis regresi linier berganda penelitian ini.

**Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.094	4.951		3.452	.001
	TOTAL_X 1	.295	.123	.275	2.394	.019
	TOTAL_X 2	.404	.137	.343	2.955	.004
	TOTAL_X 3	-.189	.119	-.159	-1.586	.117

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Melalui tabel tersebut dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Pola Konsumsi

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien Variabel Gaya Hidup Halal

$\beta_2$  : Koefisien Variabel Identitas Diri

$\beta_3$  : Koefisien Variabel Harga

$X_1$  : Gaya Hidup Halal

$X_2$  : Identitas Diri

$X_3$  : Harga

$e$  : *error*

Maka didapatkan persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = 17.094 + 0,295X_1 + 0,404X_2 + (-0,189)X_3$$

- 1) Konstanta persamaan regresi ( $\alpha$ ) dengan total 17,094 yang membuktikan bahwasannya ketika variabel gaya hidup halal ( $X_1$ ), identitas diri ( $X_2$ ) serta harga ( $X_3$ ) = 0, maka pola konsumsi bernilai sebesar 17,094
- 2) Koefisien regresi gaya hidup halal ( $X_1$ ) mempunyai total 0,295 dan bernilai positif sehingga menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar satu poin, maka akan meningkatkan pola konsumsi halal *fashion* sebesar 0,295.
- 3) Koefisien regresi identitas diri ( $X_2$ ) mempunyai total 0,404 dan bernilai positif sehingga menyatakan bahwa setiap kenaikan sebesar satu poin, maka akan meningkatkan pola konsumsi halal *fashion* sebesar 0,404.
- 4) Koefisien regresi harga ( $X_3$ ) mempunyai total - 0,189 dan bernilai negatif terhadap pola konsumsi hala *fashion* yang mengalami kenaikan sebesar satu poin, maka pola konsumsi halal fashion akan meningkat sebesar -0,189.

d. Uji Hipotesis

- 1) Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai signifikansi variabel bebas mempengaruhi kepada variabel terikat secara parsial atau individu. Pada uji ini, tingkat signifikansi sebesar ( $\alpha$ ) 5% dengan  $df = n - k - 1$  sehingga didapatkan  $T_{tabel}$  1,667 dengan kriteria ujinya:

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ketika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak ketika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$

**Tabel 4.43 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.094	4.951		3.452	.001
	TOTAL_X 1	.295	.123	.275	2.394	.019
	TOTAL_X 2	.404	.137	.343	2.955	.004
	TOTAL_X 3	-.189	.119	-.159	-1.586	.117

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

a) Pengujian Hipotesis Gaya Hidup Halal

Variabel gaya hidup halal memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,394 > dari  $T_{tabel}$  yaitu (2,394 > 1,667) dengan sig. 0,019 maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan bahwa Gaya Hidup Halal ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikan atas pola konsumsi.

b) Pengujian Hipotesis Identitas Diri

Variabel identitas diri memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $2,955 >$  dari  $T_{tabel}$  yaitu ( $2,955 > 1,667$ ) dengan sig.  $0,004$  maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan bahwa Identitas Diri ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan atas pola konsumsi.

c) Pengujian Hipotesis Harga

Variabel Harga memiliki nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $-1,586 <$  dari  $T_{tabel}$  yaitu ( $-1,586 < 1,667$ ) dengan sig  $0,117$  maka  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak. Sehingga didapatkan bahwa Harga ( $X_3$ ) tidak memiliki pengaruh signifikan atas pola konsumsi.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Pada uji ini, besar nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5% beserta  $df = k; (n-k)$  dan didapatkan  $T_{tabel}$  2,73 dengan kriteria ujinya yaitu:

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ketika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak ketika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig \geq 0,05$

**Tabel 4.44 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.478	3	125.493	9.897	.000 <sup>b</sup>
	Residual	912.943	72	12.680		
	Total	1289.421	75			
a. Dependent Variable: TOTALY						
b. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X1, TOTAL X2						

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi < 0,05. Dengan nilai  $F_{hitung}$  dengan jumlah  $9,897 > F_{tabel}$  ( $9,897 > 2,73$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat diketahui gaya hidup halal, identitas diri dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi.

### 3) Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut tabel yang menampilkan hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>):

**Tabel 4.45 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	.423	.399	2.67065
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Data diolah SPSS.25,2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai R *square* sejumlah (42,3%). Hal tersebut menjadikan 42,3% pola konsumsi *halal fashion* didapatkan dari gaya hidup halal, identitas diri, dan harga. Dan untuk sisanya yang lain diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada riset ini.

### C. Analisis Data

1. Gaya hidup halal, identitas diri, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
  - a. Gaya Hidup Halal

Dari hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa variabel gaya hidup halal memiliki pengaruh yang positif yang signifikan terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang mana variabel gaya hidup halal memiliki *T*hitung lebih besar dari *T*tabel yakni  $2,394 > 1,667$  beserta nilai sig variabelnya  $0,019 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut menandakan bahwa gaya hidup halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi. Melalui uji statistika, hasil persamaan regresi memperlihatkan gaya hidup halal memiliki koefisien regresi yang positif terhadap pola konsumsi yakni sejumlah 2,394 yang artinya jika gaya hidup halal meningkat sejumlah satu satuan, maka pola konsumsi meningkat pula.

Gaya hidup halal yang semakin modern menjadikan kebutuhan konsumen zaman dahulu dengan zaman sekarang jelaslah berbeda. Pada saat ini konsumen cenderung mengikuti perkembangan trend untuk segala aspek kebutuhan mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan yaitu gaya hidup halal. Sebagai sikap dan tindakan seorang muslim dalam berkonsumsi gaya hidup halal dinilai suatu keharusan sebagai cerminan ketaatan dalam berperilaku beragama dalam kegiatan konsumsi.

Menurut Setiadi, gaya hidup secara arti luas adalah bagaimana seorang individu menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa saja yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri dan lingkungannya (pendapat) (Setiadi, 2003, hlm. 80). Yang menjelaskan bahwa gaya hidup mencakup tiga dimensi utama. Pertama, dalam aspek aktivitas, teori ini menekankan cara individu menghabiskan waktu mereka, mencakup kegiatan sehari-hari dan rutinitas yang membangun pola hidup. Kedua, dalam dimensi ketertarikan, teori ini mengacu pada hal-hal yang dianggap penting atau menarik oleh individu dalam lingkungannya. Ini mencakup minat, hobi, dan nilai-nilai yang membentuk preferensi mereka. Terakhir, dalam dimensi pendapat, teori Setiadi menyoroti pandangan individu terhadap diri mereka sendiri dan lingkungan. Ini mencakup persepsi, nilai-nilai, dan sikap yang memengaruhi cara individu berinteraksi dengan dunia sekitarnya.

Berdasarkan dari hasil penelitian menjelaskan bahwa gaya hidup halal dapat mempengaruhi terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini disebabkan karena pola konsumsi yang dilakukan oleh konsumen didasarkan pada gaya hidup yang halal yang mana didasarkan pada prinsip-prinsip yang dinamis dan di lingkungan yang Islami. Kajian ini di dukung oleh penelitian yang dipimpin oleh Anisa Ikhsanti yang eksplorasinya menunjukkan bahwa gaya hidup halal berpengaruh terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

#### b. Identitas Diri

Dari hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa variabel identitas diri memiliki pengaruh yang positif yang signifikan terhadap pola konsumsi *halal*

*fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang mana variabel identitas diri memiliki Thitung lebih besar dari Ttabel yakni  $2,955 > 1,667$  beserta nilai sig variabelnya  $0,004 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut menandakan bahwa identitas diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi.

Muslim menganggap mereka dapat memperlihatkan citra diri mereka sendiri melalui gaya berpakaian mereka. Identitas diri juga mengacu pada bagaimana mereka ingin diperlakukan oleh orang lain dan bagaimana orang lain memandang mereka. Identitas diri dapat mencerminkan seseorang dan menjadikan penilaian orang lain terhadap dirinya.

Menurut Waterman, Identitas diri berarti diri sendiri memiliki gambaran diri yang jelas meliputi sejumlah tujuan yang jelas yang ingin di capai, nilai, dan kepercayaan yang dipilih individu tersebut. Komitmen-komitmen ini meningkat sepanjang waktu dan telah dibuat karena tujuan nilai dan kepercayaan yang ingin di capai serta nilai penting untuk memberikan arah, tujuan dan makna pada hidup (Feist & Feist, 2014, hlm. 305). Yang menjelaskan bahwa identitas diri memiliki komitmen terhadap tujuan ini yang berkembang seiring waktu, didasarkan pada nilai dan keyakinan yang dipilih individu. Komitmen tersebut bukan hanya sebagai panduan hidup, tetapi juga memberikan arah, tujuan, dan makna pada kehidupan seseorang. Jadi, identitas diri dalam konteks ini bukan sekadar pemahaman tentang diri sendiri, tetapi melibatkan komitmen yang terus berkembang terhadap tujuan dan nilai-nilai yang dianggap penting oleh individu tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian menjelaskan bahwa identitas diri dapat

mempengaruhi terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini disebabkan karena pola konsumsi yang dilakukan oleh konsumen didasarkan pada identitas diri itu sendiri yang mana merupakan karakteristik orang tersebut yang didasarkan keinginan dan faktor lingkungan sekitar. Kajian ini didukung oleh penelitian yang dipimpin oleh Anisa Ikhsanti yang eksplorasinya menunjukkan bahwa identitas diri berpengaruh terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

### c. Harga

Dari hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang negatif yang tidak signifikan terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang mana variabel identitas diri memiliki Thitung lebih besar dari Ttabel yakni  $-1,586 < 1,667$  beserta nilai sig variabelnya  $0,117 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal tersebut menandakan bahwa identitas diri tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi.

Seseorang dalam mengkonsumsi juga mempertimbangkan harga. Harga adalah salah satu yang menjadi pertimbangan dalam konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Dengan harga yang beragam akan memunculkan keinginan dari perilaku konsumsi seseorang untuk membeli barang tersebut.

Harga menurut Kotler dan Armstrong adalah jumlah yang ditagihkan dalam suatu produk atau jasa. Harga dapat dilihat dari persepsi nilai produk mempunyai arti sebagai jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan

keuntungan setelah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli, menjadi elemen penting dalam menentukan pangsa pasar, memberi penghasilan bagi perusahaan dan bersifat fleksibel karena dapat berubah dengan cepat, berbeda dengan fitur produk dan komitmen penyalur (Kotler & Amstrong, 2016, hlm. 345).

Berdasarkan dari hasil penelitian menjelaskan bahwa harga tidak mempengaruhi terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini disebabkan karena pola konsumsi dalam mengkonsumsi *fashion* disesuaikan dengan persepektif atau penilaian harga yang berbeda-beda pada saat mengkonsumsi. Jadi, para konsumen lebih melihat dari segi gaya hidup halal yang dilakukan dan identitas diri sendiri.

2. Gaya hidup halal, identitas diri, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

Dari hasil analisis data memperlihatkan bahwa variabel gaya hidup halal, identitas diri dan harga secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada dosen UIN Antasari Banjarmasin. Hal tersebut dapat dilihat dari angka probabilitas F lebih rendah dari pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta nilai Fhitung lebih tinggi dari Ftabel  $9,897 > 2,73$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan artinya gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi.

Definisi pola konsumsi menurut Singarimbun adalah pemenuhan kebutuhan dalam bentuk benda atau jasa dimana pemenuhan tersebut didasarkan pada

kebutuhan yang dianggapnya kebutuhan primer dan sekunder (Singarimbun & Effendy, 2012, hlm. 3).

Menurut Kotler dan Keller, dikutip dalam penelitian Lilla, dkk menyatakan faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi konsumen ada tiga faktor, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial dan faktor pribadi (Handayani dkk., 2023, hlm. 45). Faktor budaya meliputi nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku. Faktor sosial meliputi penghasilan, harga, pekerjaan, Pendidikan dan tempat tinggal. Faktor pribadi meliputi umur, pekerjaan, gaya hidup, identitas diri, dan faktor psikologis. Pada penelitian alternatif yang tersedia atau yang digunakan untuk Dosen sebagai konsumen dalam menentukan pola konsumsi adalah gaya hidup halal, identitas diri dan harga.

Gaya hidup halal menjadikan pola konsumsi seseorang juga meningkat, karena seseorang yang memiliki tingkat gaya hidup halal yang tinggi dipicu pada salah satu bagian syariat Islam yaitu menggunakan dan mengkonsumsi segala sesuatu yang pasti halal. Menggunakan *fashion* dengan gaya hidup halal mencerminkan aktivitas yang dinamis. Selain itu adanya identitas diri dalam mengkonsumsi *fashion*. *Fashion* selain untuk aktivitas konsumsi juga sebagai tanda nilai sosial atau status seseorang, dimana saat ini orang lain seringkali membuat penilaian terhadap nilai seseorang berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut. banyaknya harga yang beragam-ragam untuk menarik konsumen menjadikan harga salah satu pertimbangan seseorang dalam mengkonsumsi *fashion*. Hal tersebut disesuaikan bagaimana seseorang dalam konsumsi dengan melihat dari berbagai aspek. Namun dalam penelitian ini harga tidak memiliki pengaruh dalam konsumsi,

karena konsumen memiliki perbedaan terhadap harga pada saat mengkonsumsi, yang mana tergantung kepada masing-masing konsumen. Hal ini disebabkan karena karena pola konsumsi yang dilakukan oleh dosen lebih terpengaruh oleh gaya hidup halal dan identitas diri yang disebabkan oleh lingkungan dan keinginan diri sendiri. Jadi harga pada fashion tidak berpengaruh pada konsumsi dosen karena ini tergantung pada persepektif masing-masing dosen.

Hasil pengujian determinasi berganda antara variabel gaya hidup halal ( $X_1$ ), identitas diri ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) dari nilai *R square* adalah 0,423 berarti 42,3% variabel pola konsumsi konsumen menggunakan *halal fashion* ( $Y$ ) dipengaruhi oleh gaya hidup halal, identitas diri dan harga. Sedangkan sisanya adalah 57,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.