

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama yang sempurna. Ajarannya tidak hanya pada doktrin keimanan dan ketakwaan tetapi juga mengatur tentang etika dan moral. Hal-hal kecil mulai dari berpakaian, bersuci, makan, minum, bahkan adab tidur, diatur oleh Islam.

Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah kultural, namun lebih jauh dari itu merupakan tindakan ritual dan sakral yang dijanjikan pahala sebagai imbalannya dari Allah Swt, bagi yang mengenakan secara benar. Oleh karena itu dalam masalah pakaian, Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun untuk perempuan. Khusus untuk perempuan Islam mempunyai pakaian tersendiri yang khas, yang akan menunjukkan jati diri seorang muslimah. Dan bila pakaian adat biasanya bersifat kedaerahan atau paling hebat mencapai skala nasional maka pakaian *syar'i* bersifat universal dalam arti dapat dipakai oleh perempuan Islam dimana pun ia berada tanpa membedakan suku atau bangsa maupun letak geografisnya. Dengan demikian pakaian *syar'i* merupakan pakaian abadi, busana sepanjang zaman, yang akan tetap hadir ditengah-tengah revolusi dan reinkarnasi mode busana perempuan.<sup>1</sup>

Berpakaian *syar'i* merupakan wujud ketaatan kepada Allah dan menjalankan perintah agama Islam.<sup>2</sup> Pakaian *syar'i* dipakai untuk menutup aurat

---

<sup>1</sup>Nina Surtiretna, *Anggun Berjilbab* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 1995), hlm. 18.

<sup>2</sup>Istiqomah, "Motivasi Berjilbab Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiwa STAIN Salatiga Semester 1 Dan 7) (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Tarbiyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), Salatiga, 2013), hlm. 1.



Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”<sup>3</sup>

Dari surah tersebut terdapat batasan-batasan dalam penggunaan pakaian *syar'i* meliputi pakaian yang harus menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan, tidak boleh dipakai untuk berhias dan tidak boleh kentat atau menampakkan lekuk tubuh dan tidak boleh menggunakan kain yang tipis atau tembus pandang.<sup>4</sup>

Pemaparan diatas kita ketahui bahwa faktor *religiusitas* bisa menjadi landasan dasar seseorang berkeinginan membeli pakaian *syar'i* akan tetapi ada beberapa faktor selain *religiusitas* yang menjadi landasan seseorang berminat membeli pakaian *syar'i*. Berpakaian yang dianjurkan oleh Allah pun bisa dimodifikasi sedemikian rupa. Coba kita lihat saja masyarakat sekarang lebih tertarik kepada pakaian-pakaian muslim yang menutup aurat mulai dari anak-anak, muda-mudi, ibu-ibu, sampai nenek-nenek pun memakai pakaian *syar'i*.

Sampai hari ini pandangan orang tentang pakaian *syar'i* terbagi menjadi dua kelompok. Kelompok pertama yang tampaknya merupakan kelompok mayoritas adalah kelompok perempuan Islam yang senantiasa mengikuti perkembangan mode tanpa mempedulikan ketentuan-ketentuan syariat dalam hal menutup aurat. Mereka beranggapan bahwa pakaian *syar'i* itu kuno, *out of date*, ketinggalan zaman. Kelompok kedua diisi oleh perempuan-perempuan yang mengenakan pakaian *syar'i* secara kaku tanpa mempedulikan, bahkan menafikan, pentingnya mode busana karena selama ini istilah “mode” seperti mengandung

---

<sup>3</sup>Yayasan Penyelenggaraan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an ku Dengan Tajwid Blok Warna: 55 Masterpiece in 1* (Jakarta: Lestari Books, 2010), hlm. 246.

<sup>4</sup>Abu Fathi Rabbani, *The Secret of Hijab Stories* (Surakarta: Ahad Books, 2014), hlm. 24.

konotasi jahili. Diantara kedua kelompok ini berkumpul wanita-wanita Islam yang merasa terpanggil untuk berpakaian *syar'i* sesuai dengan tuntutan syariat tetapi tidak dapat menjauhkan diri dari mode pakaian wanita yang tengah berkembang.<sup>5</sup>

Perkembangan budaya dan teknologi yang senantiasa bergerak maju, mempengaruhi bentuk dan mode pakaian perempuan. Dan dalam perjalanan budaya dan teknologi manakala terjadi kemerdekaan kreativitas, para perancang mode sering menengok kebelakang, lalu mengadaptasi mode-mode masa silam dengan sentuhan-sentuhan populer dan berbagai macam improvisasi. Pengulangan ini tentunya mengalami perubahan bentuk dan corak, serta tampil dengan peningkatan mutu. Sebab tidaklah mengherankan bila dalam perputaran mode busana sering kembali kepada bentuk-bentuk lampau.<sup>6</sup> Dari sinilah pakaian *syar'i* hadir dengan mode-mode pakaian terbaru dan jenis yang bermacam-macam warna dan bentuk agar menarik para konsumen untuk membeli pakaian *syar'i* yang dipilih bukan lagi karena *religiusitas* tetapi bisa juga karna tren yang dibuat oleh para *designer* sehingga pencinta tren fashion pun berdatangan untuk memakai pakaian *syar'i* yang telah mengalami perubahan mulai dari zaman ke zaman.

Kita ketahui bahwa minat beli adalah keinginan seseorang yang mempengaruhi dalam membeli pakaian *syar'i*. Hal ini bisa dikarenakan beberapa faktor yaitu bisa karena faktor *religiusitas*, faktor tren, atau faktor harga dalam pembahasan diatas kita telah membahas tentang faktor *religiusitas* serta faktor

---

<sup>5</sup>Nina Surtiretna, *op. cit*, hlm. 7.

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 17.

tren, dan kemudian peneliti akan membahas minat seseorang dalam membeli pakaian *syar'i* yaitu karena faktor harga.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk satu unit barang atau jasa. Sebagai tambahan para ahli ekonomi sering kali mengartikan harga dalam pengertian yang luas untuk menunjukkan apa saja uang maupun barang yang harus dibayarkan.<sup>7</sup> Dalam hal ini harga mempengaruhi minat beli seseorang dalam memilih pakaian *syar'i*. Karena sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk melihat harganya baru beberapa faktor yang lainnya. Harga sangat erat kaitannya dengan permintaan suatu barang. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh karena itu dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.<sup>8</sup>

Hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga barang tersebut maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.<sup>9</sup> Maka hukum permintaan tersebut berlaku juga untuk Mahasiswi UIN Antasari yang sekarang lagi maraknya menggunakan pakaian *syar'i*.

---

<sup>7</sup>Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1994), hlm 290.

<sup>8</sup>Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm.76.

<sup>9</sup>*Ibid.*,

Kita ketahui mayoritas Mahasiswi UIN Antasari rata-rata bertempat tinggal di kost atau kontrakan yang lebih mahal pengeluaran dibandingkan yang bertempat tinggal di Banjarmasin. Kita bisa melihat fenomena sekarang yang maraknya Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin menggunakan pakaian *syar'i*.

Peneliti telah mensurvei bahwa harga pakaian *syar'i* bisa dikatakan mahal untuk Mahasiswi UIN Antasari, dalam wawancara pada pemilik toko penjual pakaian *syar'i* didapatkan data bahwa harga pakaian *syar'i* yang bermerek mencapai Rp 200.000- Rp 722.000 sedangkan pakaian *syar'i* yang tidak bermerek mencapai harga Rp 275.000.<sup>10</sup>

Disimpulkan bahwa harga pakaian *syar'i* yang menggunakan merek ataupun tidak sama-sama mahal sekitar Rp 200.000- Rp 500.000. Melihat dari fenomena yang terjadi dikalangan Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin makin banyak minat dalam membeli dan memakai pakaian *syar'i*.

Hasil observasi terhadap 13 mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dapat dikatakan bahwa mereka memiliki alasan menggunakan pakaian *syar'i* yaitu 5 orang memutuskan untuk membeli pakaian *syar'i* karena mereka melihat harga, 2 orang memutuskan untuk membeli pakaian *syar'i* karena mereka melihat tren fashion, 6 orang memutuskan untuk membeli pakaian *syar'i* karena mereka melihat dari *religiusitas* mereka mengatakan bahwa tidak melihat harga maupun tren fashion saat ini yang penting sesuai dengan syariat.<sup>11</sup> Dapat kita lihat dari hasil wawancara tersebut bahwa mahasiswi UIN Antasari lebih berminat membeli pakaian *syar'i*

---

<sup>10</sup>Wawancara dengan Ibu Dianah (pemilik toko hijab syari dan gaul), tanggal 08.06.2017, di Pasar Kuripan.

<sup>11</sup>Wawancara dan pembagian kuesioner kepada mahasiswi tanggal 4-5 Mei 2017, di UIN Antasari Banjarmasin.

dikarenakan faktor *religiusitas* berapa pun harga pakaian *syar'i*, mereka akan tetap memakai pakaian *syar'i* untuk identitas seorang muslimah.

Observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti maka ditarik kesimpulan bahwa makin tinggi tingkat iman seseorang maka makin tinggi pula tingkat *religiusitas* sehingga penggunaan pakaian *syar'i* berpengaruh pada mahasiswi UIN Antasari. Ada 3 faktor yang mempengaruhi minat beli pakaian *syar'i* yaitu faktor *religiusitas*, tren dan harga. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat fenomena ini dalam suatu penelitian. Dan hasilnya akan dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **Pengaruh Harga, Tren Dan *Religiusitas* Terhadap Minat Beli Pakaian *Syar'i* Pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas ialah :

1. Apakah harga, tren dan *religiusitas* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin?
2. Antara harga, tren dan *religiusitas*, variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh variabel harga, variabel tren, dan variabel *religiusitas* terhadap variabel minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin secara simultan dan parsial.
2. Di antara variabel harga, variabel tren dan variabel *religiusitas*, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap variabel minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

### D. Signifikansi Penulisan

Sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Harga, tren dan *religiusitas* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, dengan adanya penelitian lebih lanjut mengenai variabel mana yang memiliki pengaruh besar terhadap minat mahasiswi dalam berpakaian *syar'i* kita akan mengetahui antara harga, tren dan *religiusitas* yang mana lebih efektif dalam mempengaruhi minat beli. Sebagaimana



kita ketahui bahwa teori terkadang akan memberikan respon yang bertolak belakang jika diaplikasikan di kehidupan. Oleh karena itu hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya dari sudut pandang yang berbeda.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin agar mereka mengetahui seberapa besar minat beli mahasiswi UIN Antasari dalam berpakaian *syar'i* sehingga kedepannya mereka dapat mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dalam berpakaian *syar'i*. Pemilihan pakaian *syar'i* bagi mahasiswi UIN Antasari adalah pilihan yang sangat tepat selain sebagai cermin Universitas agama Islam juga sebagai cermin taat dalam kewajiban kepada Allah sehingga dengan adanya penelitian ini bisa memberikan kontribusi yang nyata pada mahasiswi UIN Antasari dalam penggunaan pakaian *syar'i* dengan harapan yang dulu tidak menggunakan pakaian *syar'i* sekarang bisa menggunakan pakaian *syar'i*.

## E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini:

1. Harga adalah jumlah uang dan jasa (atau barang) yang tukarkan pembeli untuk suatu pilihan produk dan jasa yang disediakan oleh

penjual.<sup>12</sup> Harga yang dimaksud adalah harga jual pada pakaian *syar'i* yang bermerek ataupun yang tidak bermerek.

2. Tren adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan sebagian besar masyarakat pada saat tertentu.<sup>13</sup> Tren disini diartikan sebagai tren pakaian *syar'i*
3. *Religiusitas* adalah sesuatu yang hidup dan senantiasa dapat mengelak dari pembiasaan oleh manusia biasanya dalam bentuk hubungan dengan Allah.<sup>14</sup> *Religiusitas* yang dimaksud adalah hubungan dengan Allah dalam bentuk berpakaian *syar'i* yang sesuai ajaran agama Islam, sebagaimana Alquran dan Hadist mengatur.
4. Minat adalah keinginan yang kuat, gairah; kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu.<sup>15</sup> Minat yang dimaksud peneliti adalah minat beli yang mempengaruhi seseorang atau mahasiswi UIN Antasari untuk membeli pakaian *syar'i*.
5. Pakaian *syar'i* diartikan sebagai suatu pakaian perempuan yang tidak kental atau longgar dengan ukuran yang lebih besar yang menutup seluruh tubuh atau aurat kecuali muka dan telapak tangan sampai

---

<sup>12</sup>Kent B. Monroe, *Kebijakan Harga Seri Pemasaran dan Promosi*, terj. Soesanto Boedidarmo (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1992), hlm. 11.

<sup>13</sup>Bambang Wakidi, *Tren Remaja*, <http://remajanew.blogspot.co.id/2015/01/Definisi-pengertian-tren.html?m=1.html>, (11 juni 2017).

<sup>14</sup>Pilihan Artikel Prisma 1975-1984, *Agama dan Tantangan Zaman* (Jakarta: LP3ES, 1985), hlm. Xxiii.

<sup>15</sup>Meity Taqdir Qodratillah, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), hlm. 322.

pergelangan.<sup>16</sup> Maksud pakaian *syar'i* dalam penelitian ini adalah pakaian yang digunakan oleh mahasiswi UIN Antasari yang menutup aurat sesuai dengan syariat Islam yang ukurannya lebih lebar atau panjang.

6. Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin yaitu mahasiswi yang terdiri dari 4 fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Fakultas Ushuludin dan Humaniora yang berstatus aktif berkuliah di UIN Antasari Banjarmasin.

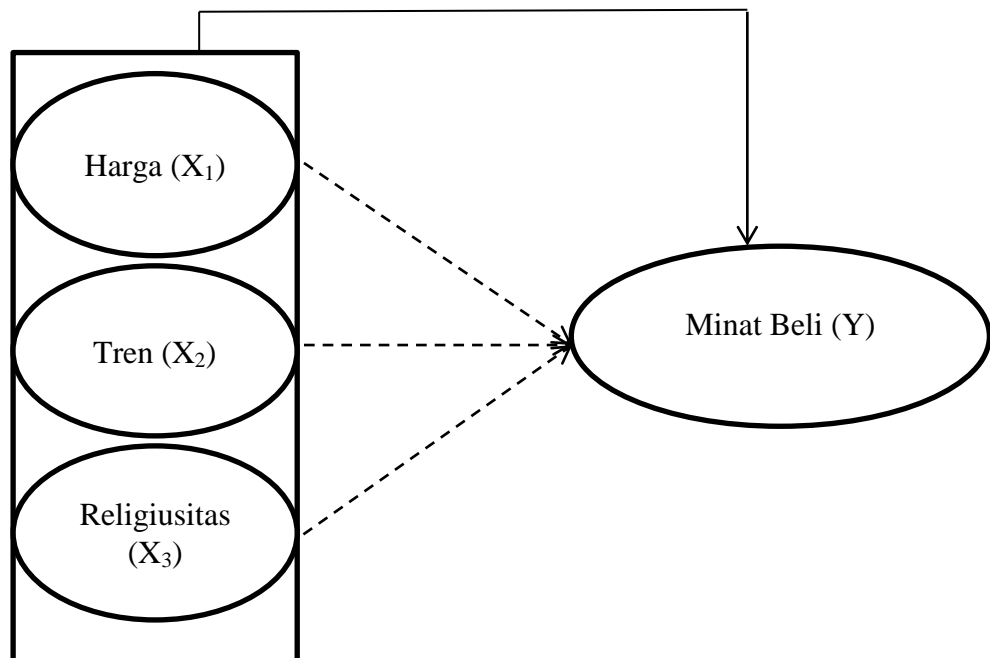
#### **F. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tingkat harga, tren, dan *religiusitas* terhadap minat beli dan juga mencari pengaruh dari variabel harga, variabel tren dan variabel *religiusitas* terhadap minat beli. Untuk mengetahui apakah elemen-elemen ini berpengaruh maka kerangka pikir yang peneliti susun untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>16</sup>Nina Surtiretna, *op. cit*, hlm. 59.

Gambar 1.1  
Kerangka Pemikiran<sup>17</sup>



Sumber: Sugiyono. Metode Penelitian Administrasi. 2017. hlm. 12.

Keterangan:

—————→ : pengaruh secara simultan

-----→ : pengaruh secara parsial

Penelitian ini terdapat 1 variabel dependen (terikat) dan 3 variabel independen (bebas). Harga ( $X_1$ ), tren ( $X_2$ ) dan *religiusitas* ( $X_3$ ) adalah variabel independen (bebas) yang dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Minat beli (Y) adalah variabel dependen yang akan dipengaruhi oleh variabel independen.<sup>18</sup> Dari gambar diatas pada kerangka pemikiran dapat diketahui bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Tren ( $X_2$ ) dan *Religiusitas* ( $X_3$ ) dapat berpengaruh secara silmultan atau bersama-sama terhadap variabel Minat Beli (Y). Antara variabel

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeth, 2016), Cet. K-16, hlm.69.

<sup>18</sup>*Ibid.*,

independen yaitu Harga ( $X_1$ ), Tren ( $X_2$ ) dan *Religiusitas* ( $X_3$ ) dapat juga berpengaruh secara parsial atau satu per satu terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli ( $Y$ ).

### **G. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Variabel harga, variabel tren dan variabel *religiusitas* diduga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin
2. Diantara variabel harga, variabel tren dan variabel *religiusitas* diduga salah satu variabel tersebut mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

### **H. Kajian Pustaka**

Menghindari kesalahpahaman dan memperjelas permasalahan yang peneliti angkat maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada, penelitian yang dimaksud yaitu:

Pertama, penelitian oleh Nuryani NIM 1101150126 dari jurusan Ekonomi Syariah dengan judul skripsi “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kerja Paruh Waktu (*part time*) Bagi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Antasari Banjarmasin”.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini disebutkan bahwa peneliti terdahulu melakukan penelitian dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam bekerja paruh waktu (*part time*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun hasil penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam bekerja paruh waktu (*part time*) adalah faktor sosial, pribadi, psikologi dan lokasi. Di antara 4 faktor tersebut yang paling berpengaruh atau berdominasi adalah faktor psikologi dikarenakan dalam uji t tertinggi sebesar 0,269. Penelitian ini berbeda dari yang akan penulis teliti yaitu dari segi variabel bebas dan variabel terikat yakni dalam variabel bebas meliputi sosial, pribadi, psikologi dan lokasi serta variabel terikat berupa minat kerja. Penelitian ini pun memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas tentang minat mahasiswa di Universitas yang sama.

Kedua, penelitian dari Rusdi Asri NIM 0801158977 dari Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul Skripsi “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembeli pada Warung Makan di Sekitar Kampus IAIN Antasari Banjarmasin”.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini disebutkan bahwa peneliti terdahulu melakukan penelitian dengan mengetahui secara jelas analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembeli pada warung makan disekitar kampus IAIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan variable X yaitu harga, kualitas produk dan lokasi sedangkan

---

<sup>19</sup>Nuryani, “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat kerja paruh waktu (*Part Time*) bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin” (Skripsi ini diterbitkan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari, Banjarmasin, 2015), hlm.vi.

<sup>20</sup>Rusdi Asri, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembeli pada Warung Makan di Sekitar Kampus IAIN Antasari Banjarmasin” (Skripsi ini diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari, Banjarmasin, 2011), hlm.vi.

variable Y adalah keputusan pembelian. Adapun hasil dari penelitian ini adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli, produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan dengan keputusan membeli konsumen dan lokasi warung makan berhubungan secara positif dan signifikan dengan keputusan membeli konsumen semakin dekat lokasi warung maka keputusan membeli konsumen semakin tinggi. Penelitian ini berbeda dari yang penulis teliti dari segi variable Y meneliti tentang minat beli sedangkan persamaan dari yang penulis teliti yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh harga.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Norlaila Hayati NIM 1101160228 dari jurusan Perbankan Syariah dengan judul Skripsi “Analisis Minat Beli Produk Pembiayaan Emas iB Hasanah Ditinjau dari Prinsip Operasional pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin”.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini disebutkan bahwa peneliti terdahulu melakukan penelitian dengan mengetahui pengaruh pengetahuan produk pembiayaan emas ( $X_1$ ) dan pengetahuan prinsip operasional pembiayaan emas ( $X_2$ ) sebagai variable bebas terhadap minat beli nasabah (Y) sebagai variable terikat. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa masing-masing dari dua variable bebas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk pembiayaan emas iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Banjarmasin. Penelitian ini berbeda dari yang penulis teliti dari segi variable bebas penulis meneliti 3 variabel bebas sedangkan pada penelitian ini penulis meneliti 2 variabel bebas. Dan

---

<sup>21</sup>Nurlaila Hayati, “Analisis Minat Beli Produk Pembiayaan Emas IB Hasanah di Tinjau dari Pengetahuan terhadap Produk dan Prinsip Operasional pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin ” (Skripsi ini diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari, Banjarmasin, 2015), hlm. vi.

persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang minat beli sebagai variabel Y (variabel terikat).

Keempat, penelitian yang dilakukan Dwi Yuniar Magetana NIM A 210110157 dari jurusan Pendidikan Akutansi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul skripsi “Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Muslimah di Online Shop pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta”.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini penulis terdahulu melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh mana yang berdominasi harga dan kepercayaan terhadap minat beli busana muslimah di *online shop*. Jenis penelitian ini kuantitatif asosiatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Adapun hasil penelitian ini adalah harga dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli baju busana muslimah di *online shop* pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Besarnya pengaruh harga dan kepercayaan sebesar 40,2%. Penelitian ini sama-sama tentang minat beli pakaian *syar’i* atau baju muslimah namun perbedaannya adalah dalam variabelnya pada penelitian ini variabelnya 2 yaitu harga dan kepercayaan sedangkan yang akan penulis teliti yaitu harga, tren dan *religiusitas* ada 3 variabel.

## I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab Pertama pendahuluan, bab ini berisikan latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang

---

<sup>22</sup>Dwi Yuniar Magetana, “Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Muslimah di Online Shop pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta” (Skripsi ini tidak diterbitkan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2015), hlm. 8. <http://eprints.ums.ac.id/36248/>. (23 April 2016).



diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah. Setelah itu disusun tujuan dari penelitian yang merupakan hasil penelitian. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna luas dan umum. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan ataupun kesamaan dengan penelitian yang dilakukan. Kemudian dibuat kerangka pemikiran dalam bentuk skema sebagai acuan dalam penelitian. Hipotesis penelitian digunakan untuk jawaban sementara terhadap masalah yang diajukan. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab Kedua landasan teori merupakan acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian dan maksud dari manajemen pemasaran, perilaku konsumen dan beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu harga, tren, *religiusitas*, serta membahas tentang minat beli pakaian *syar'i*.

Bab Ketiga berisikan metode penelitian yang terdiri dari jenis, pendekatan, dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain dan pengukuran instrumen kuesioner, serta teknik analisis data. Digunakan agar lebih mudah dalam menyelesaikan penelitian.

Bab Empat menguraikan gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, dan penyajian data. Setelah itu menjelaskan analisis data yaitu pengaruh harga, tren dan *religiusitas* secara simultan dan parsial terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dan menjelaskan yang mempengaruhi secara dominan diantara ketiga faktor tersebut.

Bab Lima penutup, bagian ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mencakup pembahasan masalah, saran-saran atau masukan kepada mahasiswi atau pihak-pihak lain yang terkait.