

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

UIN Antasari Banjarmasin dulunya adalah kampus Institut Agama Islam Negeri atau bisa disebut IAIN merupakan sebuah perguruan tinggi yang ada di kota Banjarmasin. IAIN Antasari merupakan kampus di bawah naungan Kementerian Agama, diresmikan dengan surat keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1964. Nama IAIN Antasari diambil dan diabadikan dari nama Pangeran Kerajaan Banjar yang gigih melawan penjajah Belanda antara tahun 1862-1869, karena jasa-jasanya kemudian Pemerintah RI resmi menjadikan sebagai pahlawan Nasional. IAIN Antasari merupakan perguruan tinggi yang berdiri dari tahun 1960. Pada tanggal 3 April 2017 IAIN resmi berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin berdasarkan Perpres No 36 tahun 2017 yang diundangkan tanggal 7 April 2017. UIN Antasari Banjarmasin beralamat di Jln. Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin. Memiliki 5 Fakultas yang terdiri dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuludin dan Humaniora serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dari 5 fakultas ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam baru saja pada tahun 2017 memisahkan diri dari Fakultas Syariah dan Hukum asal nya Fakultas ini memiliki nama Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam karena IAIN telah berubah menjadi UIN Antasari maka diperluaslah fakultas yang ada.

Adapun jumlah mahasiswi UIN Antasari mulai angkatan 2008/2009-2016/2017 sebanyak 4330 mahasiswi yang tersebar di beberapa fakultas, untuk Fakultas Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 2.509 mahasiswi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam sebanyak 1.308 mahasiswi, Fakultas Ushuludin dan Humaniora sebanyak 307 mahasiswi serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 206 mahasiswi. Dewasa ini keadaan mahasiswi UIN Antasari dalam segi berpakaian *syar'i* mengalami peningkatan banyaknya minat beli mahasiswi yang menggunakan pakaian menutup aurat tersebut. Ada berbagai macam contoh akhlak berpakaian pada mahasiswi UIN Antasari, seperti pada mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan mereka lebih terkesan menggunakan pakaian *syar'i* dikarenakan mereka beranggapan bahwa akhlak berpakaian *syar'i* adalah cara bagaimana kita untuk menutup aurat dengan ajaran Islam (syariat Islam) sesuai dengan Alquran dan Hadist yang mana sudah dicantumkan batasnya untuk perempuan hanya boleh terlihat muka dan telapak tangan saja. Selain menutup aurat di haruskan juga berkerudung menutup dada dalam artian menjulurkan sampai menutup dada, tidak transparan, tidak ketat dan juga membentuk lekuk tubuh.<sup>1</sup> Seperti yang mereka katakan terlihat bahwa mereka memandang dari sudut *religiusitas* yang mereka pelajari sehingga kemana pun mereka akan tetap beranggapan bahwa pakaian *syar'i* yang mereka gunakan adalah aturan dari agama Islam sehingga faktor apapun yang mempengaruhi yaitu harga maupun tren mereka akan tetap memakai pakaian *syar'i*.

---

<sup>1</sup>Hamdanah, "Akhlak Berpakaian di Kalangan Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Agama Islam Angkatan 2015" (Skripsi ini diterbitkan, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Antasari, Banjarmasin, 2017), hlm. 109.

Selain Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, ada juga fakultas-fakultas lainnya yang berpakaian *syar'i* maupun berpakaian *trendy*. Pakaian yang mereka kenakan berbagai macam ada yang memakai jubah, ada yang memakai rok dan atasan serta bervariasi berbagai jenis kerudung. Jubah yang digunakan pun bervariasi ada yang dari sasirangan, batik, *jersey*, spandek, dan lain-lain. Kalau untuk rok masih saja ada beberapa mahasiswi yang memakai rok ketat yang membentuk tubuh bahkan kadang ada belahan sehingga kelihatan kulit kakinya bahkan baju atasannya pun transparan dan tidak menutup dibawah pantat. Untuk kerudung kain yang digunakan pun tidak transparan, ada yang berbahan spandek seperti halnya kerudung al-hikmah, ada juga yang memakai kerudung saudia, selain itu ada kerudung yang panjang dan lebar bahkan ada juga yang tipis seperti kerudung paris dan ada juga kerudung pasmina yang belilit kekanan dan kekiri sehingga tidak menutupi dada.

## **B. Karakteristik Responden**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dari 4 Fakultas yang ada yaitu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Fakultas Ushuludin dan Humaniora dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menjadi responden. Dengan sampel berjumlah 366 responden berhasil disebar dan direspon kembali oleh semua responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel. Pada penelitian ini semua responden berjenis

kelamin perempuan karena yang diteliti adalah seluruh Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dengan berstatus aktif kuliah di UIN Antasari Banjarmasin. Berikut penjelasan tentang karakteristik responden yaitu:

1. Fakultas

TABEL 4.1. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN FAKULTAS

No	Fakultas	F	%
1	Tarbiyah dan Keguruan	212	58
2	Syariah dan Ekonomi Islam	111	30
3	Ushuludin dan Humaniora	26	7
4	Dakwah dan Komunikasi	17	5
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa pembagian responden berdasarkan Fakultas dibagi menjadi empat Fakultas dengan masing-masing jumlah frekuensi dan persentasi memperoleh data yang berbeda. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan memperoleh frekuensi terbanyak sebesar 212 orang atau sebesar 58%. Karena pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan memiliki jumlah mahasiswa terbanyak dari Fakultas-Fakultas lainnya jumlah tersebut mencapai 2.509 mahasiswi yang tersebar dari berbagai jurusan. Sedangkan pada Fakultas lainnya jumlah mahasiswi tidak sebanyak Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

## 2. Tahun Angkatan

TABEL 4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN TAHUN ANGKATAN

No	Tahun Angkatan	F	%
1	2013	24	7
2	2014	139	38
3	2015	52	14
4	2016	151	41
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa responden dengan tahun angkatan 2016 memiliki frekuensi terbanyak sebesar 151 responden atau 41% hal ini dikarenakan pada Mahasiswi dengan tahun angkatan 2016 sudah bertransformasi atau mengalami perubahan dalam segi berpakaian terutama pakaian *syar'i* yang sekarang banyak diminati oleh kalangan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin sehingga bukan hanya mahasiswi angkatan 2016 saja yang berminat dalam pemakaian pakaian *syar'i* selain itu juga ada angkatan 2015, 2014, dan 2013 dengan jumlah frekuensi yang dapat dilihat diatas kerana pada angkatan-angkatan tersebut pakaian *syar'i* digunakan sebagai busana kampus sehingga minat memakai pakaian *syar'i* banyak yang terdiri dari beberapa angkatan yaitu 2013, 2014, 2015 dan 2016.

### C. Penyajian Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada masing-masing Fakultas yang terdapat di UIN Antasari Banjarmasin. Jumlah

kuesioner yang disebar sebanyak 366 buah. Kemudian hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan *software SPSS 22 for window*.

Dari data yang diperoleh hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh harga, tren dan *religiusitas* terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan Responden terhadap Variabel Harga ( $X_1$ )

a. Indikator Keterjangkauan Harga

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator keterjangkauan harga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.3. KETERJANGKAUAN HARGA

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	27	10
2	Setuju	209	57
3	Kurang Setuju	96	26
4	Tidak Setuju	22	6
5	Sangat Tidak Setuju	2	6
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 209 responden atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dalam membeli pakaian *syar'i* keterjangkauan harga menimbulkan minat pembelian sehingga konsumen (Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin) cenderung melihat harga akhir sebelum memutuskan untuk membeli karna faktor utama yang dilakukan sebelum berminat membeli yaitu melihat harga dari pakaian *syar'i* tersebut.

b. Indikator Diskon

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator diskon dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.4. DISKON

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	119	32
2	Setuju	160	44
3	Kurang Setuju	27	16
4	Tidak Setuju	25	7
5	Sangat Tidak Setuju	5	1
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 160 responden atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju diskon menimbulkan minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena umumnya konsumen (Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin) lebih menyukai diskon, dengan adanya diskon harga yang dijual pada pakaian *syar'i* akan lebih murah daripada harga yang sebenarnya.

c. Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.5. KESESUAIAN HARGA DENGAN KUALITAS PRODUK

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	111	30
2	Setuju	207	57
3	Kurang Setuju	42	11
4	Tidak Setuju	6	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 207 responden atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju kesesuaian harga dengan kualitas produk (pakaian *syar'i*) menimbulkan minat beli pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen (Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin), responden beranggapan bahwa apabila harga lebih tinggi maka kualitas pakaian *syar'i* tersebut juga lebih baik dan bagus. Konsumen juga sering menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan kualitas yang di dapat pada pembelian pakaian *syar'i*.

#### d. Indikator Daya Saing Harga

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator daya saing harga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.6. DAYA SAING HARGA

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	17
2	Setuju	234	64
3	Kurang Setuju	56	15
4	Tidak Setuju	61	17
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 234 responden atau 64%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju daya saing harga menimbulkan minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena konsumen (Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin) sering membandingkan harga pakaian *syar'i* dengan pakaian *syar'i* yang lainnya. Dalam hal ini mahal atau murahnya suatu pakaian *syar'i* sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat pembelian pakaian tersebut. Dalam harga jual pakaian *syar'i* biasanya dipengaruhi oleh keadaan pesaing yang ada, konsumen membandingkan pesaing pakaian *syar'i* yang lain untuk melihat harga jual yang ada.

e. Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.7. KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT PRODUK

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	126	34
2	Setuju	203	55
3	Kurang Setuju	33	9
4	Tidak Setuju	3	1
5	Sangat Tidak Setuju	1	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 203 responden atau 55%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju kesesuaian harga dengan manfaat produk (pakaian *syar'i*) menimbulkan minat beli pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena konsumen (Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin) beranggapan dalam membeli pakaian *syar'i* jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya maka pakaian tersebut sesuai dengan manfaat yang didapat akan tetapi jika konsumen merasakan manfaat pakaian *syar'i* lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa pakaian *syar'i* tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali dalam membelinya.

## 2. Penjelasan Responden terhadap Variabel Tren ( $X_2$ )

### a. Indikator Perkembangan Zaman

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator perkembangan zaman dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.8. PERKEMBANGAN ZAMAN

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	10	3
2	Setuju	62	16
3	Kurang Setuju	148	40
4	Tidak Setuju	93	25
5	Sangat Tidak Setuju	53	14
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 148 responden atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang setuju dengan adanya perkembangan zaman yang mempengaruhi minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena mereka beranggapan pada penggunaan pakaian *syar'i* tidak harus sesuai perkembangan zaman yang ada.

b. Indikator Mengikuti Fashion Terbaru

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator mengikuti fashion terbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.9. MENGIKUTI FASHION TERBARU

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	22	6
2	Setuju	110	30
3	Kurang Setuju	112	31
4	Tidak Setuju	79	22
5	Sangat Tidak Setuju	43	11
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 112 responden atau 31%. Hal ini

menunjukkan bahwa responden kurang setuju dengan mengikuti fashion terbaru yang menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena berpakaian *syar'i* itu bukan akibat mengikuti fashion terbaru para *selebgram* atau artis-artis yang berpakaian sesuai syariat Islam akan tetapi berpakaian *syar'i* harusnya oleh diakibatkan aturan Agama bukan aturan duniawi yang mengikuti fashion terbaru.

c. Indikator Pergaulan

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator pergaulan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.10. PERGAULAN

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	2
2	Setuju	40	11
3	Kurang Setuju	138	38
4	Tidak Setuju	102	28
5	Sangat Tidak Setuju	70	22
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 138 responden atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang setuju pergaulan mempengaruhi minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena bisa saja bukan pergaulan yang mempengaruhi berpakaian *syar'i* faktor lain pun bisa mempengaruhi minat pembelian pakaian *syar'i*.

d. Indikator Ingin Tampil Beda

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ingin tampil beda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.11. INGIN TAMPIL BEDA

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	14	4
2	Setuju	67	18
3	Kurang Setuju	98	27
4	Tidak Setuju	110	30
5	Sangat Tidak Setuju	77	21
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 110 responden atau 30%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak setuju adanya keinginan tampil beda yang menimbulkan minat beli pakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena dalam penggunaan pakaian *syar'i* tidak harus memiliki keinginan tampil beda akan tetapi pakaian tersebut digunakan untuk identitas seorang muslimah. Berpakaian *syar'i* yang serba tertutup mulai ujung kaki sampai kepala dengan kain yang lebih lebar dan panjang berarti Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin melindungi diri mereka dari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga responden beranggapan bahwa dalam berpakaian *syar'i* tidak hanya ingin tampil beda tetapi berpakaian *syar'i* ingin menunjukkan identitas seorang muslimah.

### 3. Penjelasan Indikator Terhadap Variabel *Religiusitas* ( $X_3$ )

#### a. Indikator Keyakinan (*Ideologis*)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator keyakinan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.12. KEYAKINAN

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	236	64
2	Setuju	119	32
3	Kurang Setuju	9	3
4	Tidak Setuju	2	1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 236 responden atau 64%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju keyakinan menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena responden percaya dengan berpakaian *syar'i* yang sesuai dengan ajaran agama Islam merupakan bentuk ketaatan kepada Allah Swt. Keyakinan sering diartikan tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang sesuai dengan ajaran agama Islam sehingga dengan adanya keyakinan bahwa Allah memerintahkan untuk menutup aurat atau berpakaian *syar'i* yang salah satu wujud dari perintah-Nya menimbulkan pengaruh dalam minat pembelian pakaian *syar'i*.

b. Indikator Praktik Agama (*Ritualistik*)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Praktik Agama dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.13. PRAKTIK AGAMA

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	99	27
2	Setuju	214	58
3	Kurang Setuju	50	14
4	Tidak Setuju	3	1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 214 responden atau 58%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju praktik agama menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena dalam berpakaian *syar'i* merupakan wujud implementasi dari praktik agama. Biasanya dalam praktik agama ini seseorang menunjukkan komitmen terhadap agama yang diyakininya seperti agama Islam yang mengatur dalam hal berpakaian maka responden mewujudkannya melalui berpakaian *syar'i* yang sesuai dengan tuntunan Alquran dan Hadist.

c. Indikator Pengalaman Agama (*Experensial*)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Pengalaman Agama dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.14. PENGALAMAN AGAMA

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	104	28
2	Setuju	194	53
3	Kurang Setuju	60	16
4	Tidak Setuju	6	2
5	Sangat Tidak Setuju	2	1
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 194 responden atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pengalaman agama menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena responden beranggapan bahwa ketika memakai pakaian *syar'i* mereka merasa dekat dengan Allah Swt sehingga mendapatkan hidayah atau rahmat-Nya untuk tetap menggunakan pakaian *syar'i*. Dalam hal ini pengalaman agama yaitu perasaan-perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami atau dirasakan seperti halnya ketika seseorang menggunakan pakaian *syar'i* berarti ia sudah merasakan bahwa aturan Allah itu ada dan bukan untuk dilanggar tetapi untuk dipatuhi. Maka dari itu pengalaman agama menimbulkan seseorang berminat membeli pakaian *syar'i*.

d. Indikator Pengalaman (*Konsekuensi*)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Pengalaman dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.15. PENGALAMAN

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	6
2	Setuju	76	21
3	Kurang Setuju	145	39
4	Tidak Setuju	95	26
5	Sangat Tidak Setuju	26	7
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 145 responden atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang setuju pengalaman menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena tidak semua responden mengalami pengalaman yang buruk dalam berpakaian. Pengalaman yaitu mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya di dalam kehidupan sosial. misalnya saja ketika responden belum menggunakan pakaian *syar'i* masih menggunakan pakaian gaul, seseorang mengganggu karena pakaiannya lalu responden tersebut bisa saja merubah pola berpakaian menjadi berpakaian *syar'i* disebabkan merasa diganggu dan responden belajar ilmu agama hingga termotivasi untuk merubah pola berpakaian.

e. Indikator Pengetahuan Keagamaan (*Intelektual*)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Pengetahuan Keagamaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.16. PENGETAHUAN KEAGAMAAN

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	209	57
2	Setuju	144	40
3	Kurang Setuju	5	1
4	Tidak Setuju	3	1
5	Sangat Tidak Setuju	5	1
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 209 responden atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju pengetahuan keagamaan menimbulkan minat beli berpakaian *syar'i* pada Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin karena dengan adanya pengetahuan keagamaan responden menyadari bahwa pentingnya pengetahuan agama untuk kehidupan di dunia dan akhirat seperti penggunaan berpakaian *syar'i* yang sesuai ajaran agama Islam sehingga pengetahuan keagamaan menjadi landasan dasar seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agama yaitu ajaran Islam tentang berpakaian *syar'i*.

#### 4. Penjelasan Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y)

##### a. Indikator Minat *Transaksional*

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Minat *Transaksional* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.17. MINAT *TRANSAKSIONAL*

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	151	41
2	Setuju	207	57
3	Kurang Setuju	6	2
4	Tidak Setuju	2	5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 207 responden atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju minat *transaksional* berpengaruh pada pembelian pakaian *syar'i*. Minat *transaksional* adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk biasanya dalam bentuk keinginan responden terhadap pakaian *syar'i*. Dari suatu keinginan maka terbentuklah minat beli hingga sampai keputusan pembelian yang dilakukan oleh responden. Karena minat *transaksional* identik dengan keteratikan akan pakaian *syar'i* atau produk tertentu.

b. Indikator Minat *Refrensial*

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Minat *Refrensial* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.18. MINAT *REFRENSIAL*

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	82	22
2	Setuju	218	60
3	Kurang Setuju	56	15
4	Tidak Setuju	10	3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 218 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju minat *refrensial* berpengaruh pada pembelian pakaian *syar'i*. Minat *refrensial* adalah kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain. Karena paada minat *refrensial* ini responden akan cendrung mengajak teman-teman, keluarga, atau orang-orang disekelilingnya untuk membeli pakaian *syar'i* sehingga rata-rata responden setuju dengan minat *refrensial* mereka mengajak orang-orang disekelilingnya untuk membeli pakaian *syar'i*.

c. Indikator Minat *Preferensial*

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Minat *Preferensial* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.19. MINAT *PREFERENSIAL*

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	56	10
2	Setuju	139	38
3	Kurang Setuju	153	42
4	Tidak Setuju	32	9
5	Sangat Tidak Setuju	6	2
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 218 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang setuju minat *preferensial* berpengaruh pada pembelian pakaian *syar'i*. Minat *preferensial*

adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki selera utama pada produk (pakaian *syar'i*). Berbicara masalah selera semua orang berbeda-beda ada yang menyukai pakaian gaul namun terlihat tren dan ada pula yang menyukai pakaian tertutup namun tetap *syar'i* dalam kasus ini responden kebanyakan menjawab kurang setuju dengan minat preferensial kerana dalam berpakaian *syar'i* selera atau preferensi setiap responden tidak sama.

d. Indikator Minat *Eksploratif*

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Minat *Eksploratif* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.20. MINAT *EKSPLORATIF*

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	72	20
2	Setuju	180	49
3	Kurang Setuju	74	20
4	Tidak Setuju	28	8
5	Sangat Tidak Setuju	12	3
Total		366	100%

Sumber: hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah kurang setuju dengan jumlah 180 responden atau 49%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju minat *eksploratif* berpengaruh pada pembelian pakaian *syar'i*. Minat *eksploratif* adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi mengenai produk yang diamati untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk (pakaian *syar'i*). Pada jawaban responden diatas setuju

karena sebelum benar-benar memutuskan membeli pakaian *syar'i*, responden akan mencari tahu dulu informasi tentang pakaian *syar'i* dari hal ini menimbulkan suatu minat pembelian yang didasarkan pada mencari informasi terhadap produk yang diminati.

#### **D. Analisis Data**

##### **1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas**

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

##### **a. Hasil Uji Validitas**

Tujuan uji validitas secara umum adalah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan benar-benar valid untuk mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan korelasi *bivariate Pearson (korelasi pearson product moment)* yaitu salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji data dengan SPSS.

TABEL 4.21. HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Harga	1	0,553	0,0026	Valid
	2	0,520	0,0026	Valid
	3	0,574	0,0026	Valid
	4	0,535	0,0026	Valid
	5	0,560	0,0026	Valid
Tren	1	0,835	0,0026	Valid
	2	0,832	0,0026	Valid
	3	0,863	0,0026	Valid
	4	0,817	0,0026	Valid
Religiusitas	1	0,565	0,0026	Valid
	2	0,652	0,0026	Valid
	3	0,679	0,0026	Valid
	4	0,612	0,0026	Valid
	5	0,584	0,0026	Valid
Minat Beli	1	0,594	0,0026	Valid
	2	0,680	0,0026	Valid
	3	0,753	0,0026	Valid
	4	0,701	0,0026	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengorelasikan skor pada *item* dengan skor totalnya. Sebuah butir pertanyaan dianggap valid bila koefisien koreasi *product moment pearson* di mana  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 5\%$  ;  $n-2$ ) dan  $n =$  jumlah sampel, atau dalam penelitian ini  $df = 366 - 2 = 364$  dengan tingkat signifikansi 5% maka didapat nilai  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,0026. Item pertanyaan semua variabel bisa dikatakan valid karena  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  seperti yang disyaratkan.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang dapat digunakan diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Jika *Alpha Cronbach's*  $> 0,60$  maka reliabel.

TABEL 4.22. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL HARGA

Cronbach's Alpha	N of Items
,695	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

TABEL 4.23. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL TREN

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	5

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

TABEL 4.24. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL RELIGIUSITAS

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

TABEL 4.25. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL MINAT BELI

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	5

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan tabel 4.23 sampai 4.26 diperoleh *Alpha Cronbach's* 0,695 untuk harga, 0,825 untuk tren, 0,738 untuk religiusitas, 0,767 untuk minat beli, maka dapat disimpulkan data bersifat reliabel karena *Alpha Cronbach's*  $> 0,60$ .

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Sebagai persyaratan regresi linier berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data penelitian valid, tidak bias,

konsisten, dan penaksiran koefisien regresinya bersifat efisien. Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan uji histogram.

1) Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas dengan menggunakan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika  $Sig > 0,05$  maka data distribusi normal dan jika  $Sig < 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

TABEL 4.26. HASIL UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV (ONE SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST)

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		366
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.69552684
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.030
	<i>Positive</i>	.024
	<i>Negative</i>	-.030
<i>Test Statistic</i>		.030
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

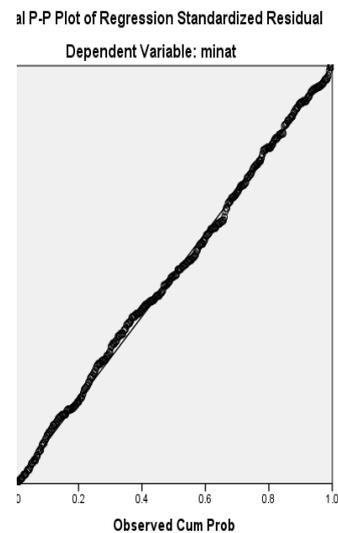
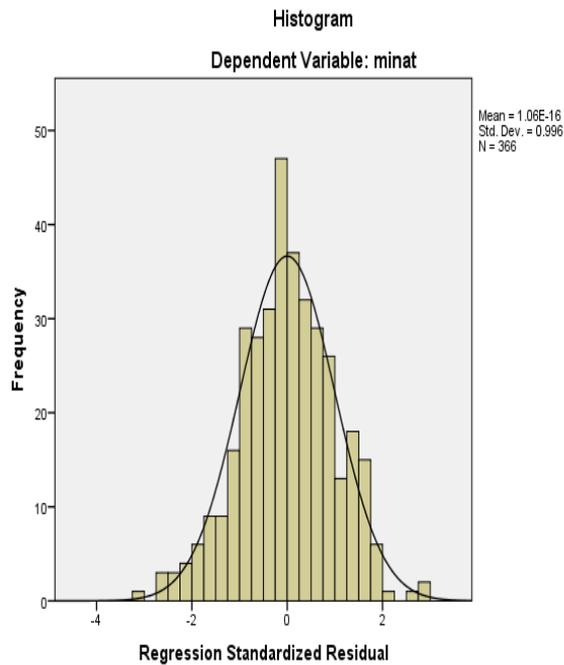
Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel Kolmogorov-Smirnov test dalam tabel 4.27 di atas, diperoleh nilai sig. sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

## 2) Uji Histogram

Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan.

Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari residualnya.

- a) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
- b) Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya.



Gambar 4.1 Hasil Uji Histogram  
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Gambar 4.2. Hasil Uji p plot

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, di mana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya gambar 4.2 (P.plot) terlihat titik-titik mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1) Nilai *Tolerance*

Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1.

Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar atau sama dengan 0,1.

2) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10.

Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10.

TABEL 4.27. HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,432	1,087		2.237	,026		
Harga	,108	,045	,104	2.402	,017	,945	1,059
Tren	,146	,025	,244	5.794	,000	,997	1,003
Religiusitas	,467	,040	,503	11.625	,000	,945	1,058

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel 4.28 di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,945 untuk harga, 0,997 untuk tren dan 0,945 untuk religiusitas berarti lebih besar dari 0,10. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 1,059 untuk harga, 1,003 untuk tren dan 1,058 untuk religiusitas berarti lebih kecil dari 10. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara

memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas melalui uji glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Ada beberapa ketentuan yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

TABEL 4.28. HASIL UJI HETEROSKEDASITAS

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.	
	B	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
1	<i>(Constant)</i>	1,943	,716		2,714	,007
	Harga	,000	,029	,000	-,008	,993
	Tren	,024	,014	,087	1,664	,097
	<i>Religiusitas</i>	-,042	,026	-,085	-1,588	,113

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel 4.29 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,993 untuk harga, 0,097 untuk tren dan 0,113 untuk religiusitas berarti lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Mengetahui pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), tren ( $X_2$ ) dan *religiusitas* ( $X_3$ ) terhadap minat beli pakaian *syar'i* ( $Y$ ), menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstan

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Tren

$X_3$  = *Religiusitas*

TABEL 4.29. REGRESI LINER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.432	1.087		2.237	.026
Harga	.108	.045	.104	2.402	.017
Tren	.146	.025	.244	5.794	.000
<i>Religiusitas</i>	.467	.040	.503	11.625	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan tabel 4.30 di atas diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 2,432 + 0,108X_1 + 0,146X_2 + 0,467X_3$ .

a. Konstanta

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 2,432 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel harga ( $X_1$ ), tren ( $X_2$ ) dan *religiusitas* ( $X_3$ ) maka nilai minat beli pakaian *syar'i* (Y) adalah sebesar 2,432.

b. Harga ( $X_1$ )

Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,108 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor harga satu satuan maka minat beli pakaian *syar'i* (Y) akan naik

0,108 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

c. Tren ( $X_2$ )

Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,146 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor tren satu satuan maka minat beli pakaian *syar'i* (Y) akan naik 0,146 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

d. *Religiusitas* ( $X_3$ )

Nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,467 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor *religiusitas* satu satuan maka minat beli pakaian *syar'i* (Y) akan naik 0,467 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel harga, tren dan *religiusitas* maka dilakukan pengujian-pengujian yaitu uji determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikan parsial).

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai 1, jika  $R^2 = 0$  berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila  $R^2 = 1$  maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

TABEL 4.30. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 <sup>a</sup>	,360	,355	1,703

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan tabel 4.31 di atas, nilai *adjusted R*<sup>2</sup> dalam penelitian ini adalah sebesar 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *independent* yaitu harga, tren dan *religiusitas* terhadap variabel *dependent* yaitu minat beli pakaian *syar'i* yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 35,50% sedangkan sisanya 64,50% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

b. Uji F (Uji Simultan)

Untuk mengetahui pakam variabel harga, tren dan *religiusitas* yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli pakaian *syar'i* maka dilakukan uji F..

TABEL 4.31. HASIL UJI F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	590,453	3	196,818	67,900	,000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>	1049,306	362	2,899		
	Total	1639,760	365			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Berdasarkan tabel 4.32 diatas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 67,900 di mana nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 1,19 ( $67,900 > 1,19$ ) dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama faktor harga, tren dan *religiusitas* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin.

c. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel *independent* tidak sama dengan nol, maka variabel *independent* tersebut berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel *independent* sama dengan nol, maka variabel *independent* tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

TABEL 4.32. HASIL UJI T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,432	1,087		2,237	,026
	Harga	,108	,045	,104	2,402	,017
	Tren	,146	,025	,244	5,794	,000
	Religiusitas	,467	,040	,503	11,625	,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2017)

Tabel 4.33 di atas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan menguji pengaruh variabel *independent*, yaitu harga, tren dan *religiusitas*. Diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,97. Berdasarkan hasil uji t diatas, maka ditarik kesimpulan:

### 1) Harga

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel harga diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2,402 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,97 dengan tingkat signifikansi 0,017 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dikarenakan pada variabel harga ada beberapa indikator yang menyebabkan berpengaruh yaitu keterjangkauan harga, diskon, daya saing harga, kesesuaian dengan kualitas dan manfaatnya. Dari beberapa indikator yang mempengaruhi tersebut rata-rata mahasiswi UIN Antasari berdominasi tinggal di *kost* yang secara tidak langsung memiliki pengeluaran yang lebih banyak ketimbang mahasiswi yang tinggal di Banjarmasin oleh sebab itu mereka sering mempertimbangkan harga dalam membeli pakaian *syar'i*.

### 2) Tren

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel tren diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 5,794 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,97 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel tren berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dikarenakan variabel tren secara tidak langsung mempengaruhi minat pembelian pakaian *syar'i* dengan beberapa indikator yang ada yaitu perkembangan zaman, mengikuti *fashion*, pergaulan dan ingin tampil beda

dari indikator-indikator tersebut mempengaruhi mahasiswi UIN Antasari dalam berpakaian *syar'i*. Mereka tidak ingin ketinggalan zaman yang semakin hari semakin berkembang dengan memodifikasi pakaian yang dulunya dianggap kuno sekarang dapat disulap menjadi pakaian modis dengan terlihat *syar'i* karena pada masa sekarang pakaian *syar'i* adalah sebuah tren atau gaya terbaru yang dipakai mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin untuk berpakaian di kampus ataupun diluar kampus.

### 3) *Religiusitas*

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel *religiusitas* diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 11,625 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,97 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel *religiusitas* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dikarenakan pada variabel *religiusitas* terdapat beberapa indikator sehingga dari indikator tersebut yang membuat variabel *religiusitas* berpengaruh. Indikator tersebut meliputi praktik agama, pengalaman agama, pengetahuan agama dan pengalaman. Kebanyakan dari mahasiswi UIN Antasari yang beragama Islam secara tidak langsung mereka mengetahui bagaimana menggunakan pakaian sesuai dengan syariat Islam dengan kata lain pengetahuan tentang agama mereka lebih mengerti bagaimana Islam mengatur dalam berpakaian yang sesuai dengan petunjuk Alquran dan Hadits. Mereka lebih memilih pengaruh *religiusitas* dalam berpakaian *syar'i* sehingga pengaruh *religiusitas* tinggi terhadap minat beli

pakaian *syar'i* dan juga didukung oleh lingkungan yang bercorak Islam yang mengharuskan serta menyadarkan mereka arti berpakaian yang pantas sesuai syariat agama Islam.

d. Uji Variabel Dominan

Dalam hipotesis yang diajukan peneliti diantara variabel harga, tren dan *religiusitas* salah satunya ada yang paling dominan. Dengan hasil uji t dari perbandingan ketiga variabel yaitu variabel harga, tren dan *religiusitas*. Maka diketahui variabel *religiusitas* yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli pakaian *syar'i* pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dapat dilihat dari angka *unstandardized coefficients* sebesar 0,467 serta *standardized coefficients* sebesar 0,503 serta taraf sig sebesar 0,000.. Hal ini dikarenakan dalam faktor *religiusitas* terdapat 5 indikator yang menyebabkan memiliki nilai tertinggi dibandingkan faktor harga dan tren. Munculnya 5 indikator atau dimensi ini lah membuat faktor *religiusitas* yang paling dominan. Berikut dimensi dalam faktor *religiusitas* yaitu:

Dimensi keyakinan menunjukkan pada seberapa tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Di dalam keberislaman, isi dimensi ini menyangkut keyakinan tentang Allah, para malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.<sup>2</sup> Seperti dalam berpakaian *syar'i* mahasiswi UIN Antasari memiliki keyakinan bahwa dalam Alquran dan Hadist telah mengatur tentang

---

<sup>2</sup>Djamaluddin Ancok dan Fuad NashoriSuroso, *op.cit.*, hlm. 80.

berpakaian yang sesuai dengan syariat Islam. Sebagaimana dijelaskan Allah dalam Q.S *Al-Aḥzāb* / 33: 59.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ  
مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا  
رَحِيمًا

“Wahai Nabi! Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mu'min: "Hendaklah mereka menutup jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenal, sehingga mereka tidak di ganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”<sup>3</sup>

Dimensi praktik agama menunjuk seberapa tingkat kepatuhan Muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana dianjurkan oleh agamanya. Dalam keberislaman, dimensi ini meliputi melaksanakan sholat, puasa, zakat, haji, membaca Alquran, doa, dzikir, ibadah kurban, iktikaf di mesjid dan sebagainya.<sup>4</sup> Sama halnya dengan mahasiswi UIN Antasari, mereka memiliki kepatuhan dalam berpakaian *syar'i* sebagaimana yang telah tergambar pada kampus yang berdominasi Islam. Minat atau kepatuhan terhadap agama yang tinggi pada pembelian pakaian *syar'i* menyebabkan mahasiswi UIN Antasari memilih *religiusitas* sebagai variabel yang paling dominan diantar harga dan tren.

Dimensi pengalaman menunjuk pada seberapa tingkatan Muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunia terutama dengan manusia lain.<sup>5</sup> Dengan

<sup>3</sup>Departemen Agama RI, *op.cit.*, hlm. 678.

<sup>4</sup>Djamaluddin Ancok dan Fuad NashoriSuroso, *op.cit.*, hlm. 80.

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 81.

adanya pengalaman dalam berpakaian *syar'i* dapat berbagi motivasi kepada teman-teman semuslim yang belum berpakaian *syar'i* sehingga dengan berbagi pengalaman muncul minat atau keinginan mereka dalam berpakaian *syar'i*.

Dimensi pengetahuan menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman Muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya sebagaimana termuat dalam kitab sucinya.<sup>6</sup> Berminat dalam membeli pakaian *syar'i* berarti mahasiswi UIN Antasari sudah mengetahui bahwa dalam Alquran dianjurkan untuk berpakaian *syar'i* yang sesuai dengan syariat Islam.

Dimensi penghayatan menunjuk pada seberapa jauh tingkat Muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dari pengalaman-pengalaman religius.<sup>7</sup> Ketika dalam menggunakan pakaian *syar'i* mahasiswi UIN Antasari mengalami perasaan religius yang artinya mereka nyaman dan merasa terlindungi sehingga timbul keinginan untuk terus menggunakan pakaian *syar'i*.

---

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

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 82.