

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengeluaran fashion antara mahasiswi pengguna jilbab syar'i, jilbab modis, dan yang tidak berjilbab. Hasil analisis anova menunjukkan bahwa kelompok jenis jilbab berpengaruh terhadap tingkat pengeluaran fashion mahasiswi, di mana mahasiswi yang tidak berjilbab cenderung mengeluarkan pengeluaran fashion lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang berjilbab.
2. Di antara ketiga faktor tersebut, asal kampus memiliki pengaruh yang paling signifikan dan dominan terhadap pengeluaran fashion mahasiswa. Faktor ini lebih berhubungan dengan lingkungan sosial dan budaya yang terbentuk di kampus, yang secara langsung memengaruhi gaya hidup dan kebiasaan konsumsi mahasiswa. Sementara itu, religiusitas juga mempengaruhi pengeluaran secara negatif, namun lebih bersifat individual, dan media sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengeluaran fashion.
3. Tuntutan agama merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan berjilbab akan tetapi, tidak terbukti secara nyata memengaruhi besarnya pengeluaran fashion mahasiswi di Kota Padang. tuntutan agama (etika) tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap pengeluaran fashion.

Meskipun ada kecenderungan bahwa individu yang lebih memperhatikan aspek etika (seperti keberlanjutan atau kondisi pekerja) mungkin mengeluarkan uang lebih sedikit untuk fashion, pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan yang signifikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang kemungkinan lebih kuat memengaruhi pengeluaran fashion, seperti pengaruh teman sebaya, penghasilan pribadi, tren influencer, atau tekanan sosial, agar model yang dihasilkan memiliki daya jelaskan yang lebih tinggi.
2. Bagi pihak kampus atau lembaga pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk memahami bahwa faktor lingkungan kampus dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, sehingga penting untuk membentuk budaya kampus yang lebih kritis dan bijak dalam menyikapi gaya hidup konsumtif.
3. Bagi mahasiswa itu sendiri, disarankan untuk lebih bijak dalam mengelola pengeluaran fashion dan tidak terpengaruh oleh hal-hal yang tidak substansial, mengingat bahwa religiusitas maupun persepsi terhadap jilbab tidak terbukti secara signifikan berkaitan dengan besarnya pengeluaran fashion.
4. Bagi peneliti dengan pendekatan kebudayaan atau sosial, penelitian ini dapat dijadikan dasar awal untuk menggali lebih dalam mengenai peran

lingkungan kampus, gaya hidup, dan tekanan sosial dalam membentuk perilaku konsumsi fashion pada remaja dan dewasa muda



DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S, Samari, and Faisol. "Faktor Internal Dan Eksternal Perilaku Konsumen: Fenomena Dalam Keputusan Membeli Pada Rumah Makan Keboen Rodjo Kediri." *Efektor*, 2022.
- Alifuddin, Muhammad. "Etika Berbusana Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Shautut Tarbiyah*, 2014.
- Almizan. "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Kapitalis." *Al Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan)* Vol. 1 (2016): 13–30. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi>.
- Anyanwu, Elisha Chika, and Cyril Anamelech Chiana. "Socio-Cultural Influences on Fashion Consumption Behaviour of University Students." *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities* 2, no. 1 (2022): 47–65. <https://doi.org/10.35877/soshum735>.
- Aruan, Daniel Tumpal H., and Iin Wirdania. "You Are What You Wear: Examining the Multidimensionality of Religiosity and Its Influence on Attitudes and Intention to Buy Muslim Fashion Clothing." *Journal of Fashion Marketing and Management* 24, no. 1 (2020): 121–36. <https://doi.org/10.1108/JFMM-04-2019-0069>.
- Atik, Deniz, and A. Fuat Firat. "Fashion Creation and Diffusion: The Institution of Marketing." *Journal of Marketing Management*, 2013. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.729073>.
- Budiati, Atik Catur. "Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa." *Sosiologi Islam* 1, no. 1 (2011): 59–70.
- Chen, Mei Fang. "An Examination of the Value-Belief-Norm Theory Model in Predicting pro-Environmental Behaviour in Taiwan." *Asian Journal of Social Psychology* 18, no. 2 (2015): 145–51. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12096>.
- Devlin, Deynis, and Carunia Mulya Firdausy. "Pengaruh Estetika Pada Minat Konsumen Terhadap Pembelian Smartphone Xiaomi Di Jakarta Barat." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 4 (2020): 906. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9870>.
- Goldwin, John, and k anirudh prabhu. "Impact of Social Media on Consumer Purchase Intention," no. July (2019): 260–77. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1279-1.ch017>.
- Hartiningsih, Murni, Reza Reza, and Vitria Puri Rahayu. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS MULAWARMAN." *Educational Studies: Conference Series*, 2021. <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.905>.
- Hendri, Davy. "Between the Ethics and Aesthetic of Wearing Veil: Its Impact on Fashion Spending," 2018, 1–28.
- Hidayat, Koerniawan, Rachmawati, and Indri Wahyu Pramesti. "Peran Norma Pribadi Dan Awareness of Consequences Terhadap Pro- Enviromental Behaviour Dalam Pengelolaan Bisnis Yang Dimoderasi Oleh Status Sosial Ekonomi." *Journal For Business And Entrepreneurship* 3, no. 2 (2019): 1–20. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/view/5223/1965>.

- Jain, Sheetal, Mohammed Naved Khan, and Sita Mishra. "Understanding Consumer Behavior Regarding Luxury Fashion Goods in India Based on the Theory of Planned Behavior." *Journal of Asia Business Studies* 11, no. 1 (2017): 4–21. <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2015-0118>.
- Jain, Varsha, and Eesha Kharabanda. "Exploring the Role of Country of Origin for Luxury Personal Care Products in India." *NMIMS MANAGEMENT REVIEW*, 2014.
- Kontu, Hanna. "Creating a Strategy for Social Media Perspectives From The Fashion Industry," no. December (2015).
- Kusuma, Distiani Fitria, and Berlian Gressy Septarini. "Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Pengguna Online Shop." *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 2013.
- Lasmaria, Debora, and Bonifasius Mh. Nainggolan. "Pengaruh Harga, Biaya Promosi, Dan Rata-Rata Harga Pesaing Terhadap Penjualan Kamar Di Apartemen Somerset Grand Citra Jakarta." *Panorama Nusantara* 12, no. 2 (2017): 1–10. <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-HARGA%2C-BIAYA-PROMOSI%2C-DAN-RATA-RATA-HARGA-Lasmaria-Nainggolan/1cd6691f5051aa34537207039838ec11d42d395b>.
- Li, Yang, and Jie Li. "The Influence of Design Aesthetics on Consumers' Purchase Intention Toward Cultural and Creative Products: Evidence From the Palace Museum in China." *Frontiers in Psychology* 13, no. July (2022): 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.939403>.
- Ma, Fang, Huijing Shi, Lihua Chen, and Yiping Luo. "A Theory on Fashion Consumption." *Journal of Management and Strategy*, 2012. <https://doi.org/10.5430/jms.v3n4p84>.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif. Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 2021.
- Mada, Universitas Gadjah. "The Impact of Ethical Fashion Awareness on Indonesian Consumer Behavior towards Apparel Products AMADHEA RIDASWARI, Dr. A.T. Barendregt RM MBA," 2019.
- Manik Pratiwi, Anak Agung. "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 3, no. 2 (2020): 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>.
- Mantara, Made Abi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, and Ni Nyoman Yulianthini. "FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI BUKALAPAK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA." *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2022. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3529>.
- Maslatun Nisak, and Tutik Sulistyowati. "Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan)." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022): 86–96.
- Naira, Anilatin. "MAKNA BUDAYA PADA JILBAB MODIS (Study Pada Anggota Hijab Style Community Malang)." *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*,

- 2014.
- Ofori, Ida, Catherine Adu, Vernon Nyame-tawiah, Adu-Akwaboa Desmond, and Titus Agbovie. "Factors That Influence Clothing Selection of Students A Case Study of University of Ghana , Legon." *Arts and Design Studies* 25, no. 2014 (2014): 32–38.
- Pujiyono, Arif. "Teori Konsumsi Islami." *Dinamikan Pembangunan* vol 3, No. (2006): h.196.
- Ramadhan, Muhammad Fakhri, Rusydi A. Siroj, and Muhammad Win Afgani. "Validitas and Reliabilitas." *Journal on Education* 6, no. 2 (2024): 10967–75. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>.
- Ramdania, Wida. "KONSEP KONSUMSI DAN KESEJAHTERAAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* Vol. VII N, no. 1 (2020): 1–10.
- Salwa, Dina Kurnia. "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya." *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2019): 96–107.
- Septiadi, Andrian, and Widya Kusuma Ramadhani. "Penerapan Metode Anova Untuk Analisis Rata-Rata Produksi Donat, Burger, Dan Croissant Pada Toko Roti Animo Bakery." *Bulletin of Applied Industrial Engineering Theory* 1, no. 2 (2020): 60–64.
- Sojali, Rudi, Riza Rizki Iffani, Luvita Tulus, Dewi Noviyanti, Adelia Ermawanti, and Rismawati BR. Sitepu. "PENGARUH TREND HIJAB TERHADAP MINAT BELI KAUM WANITA MUSLIMAH." *Media Mahardhika*, 2021. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.285>.
- Srisusilawati, Popon, Salma Nabila Prasetyo, Siti Aulia Nur Hamidah, Raisa Adila Rihhadatull 'Aisy, and Reza Oktavia. "Tren Dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern Di Kota Bandung." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>.
- Subhaktiyasa, Putu Gede. "Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif" 9 (2024): 2721–31.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D). Bandung: Alfabeta." *Jurnal Governansi*, 2017.
- Sukandarrumidi. "Metodologi Penelitian : Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula." *Gadjah Mada University Press*, 2006.
- Sungadi, Sungadi. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris Pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 2020. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss1.art3>.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2023.
- Takahindangen, Wiranda Ch, Debby Ch Rotinsulu, and Richard L H Tumilaar. "Analisis Perbedaan Pengeluaran Konsumsi Pengemudi Ojek Online Grab Sebelum Dan Sesudah Menjadi Pengemudi Ojek Online Di Kota Manado." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 21, no. 01 (2021): 37–46.
- Tenaya, A.A. Ngr. Anom Mayun K. "Hegemoni Fashion Barat Pada Busana

- Bangsawan Di Bali Utara (1800-1940).” *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 2021. <https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1478>.
- Utomo, Bambang Setyo, and Pawito Pawito. “Media Sosial Dan Gaya Hidup Wanita Di Indonesia.” *PALASTREN Jurnal Studi Gender*, 2017. <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2652>.
- Widiyanto, Ahmad Arif. “Sosiologi Reflektif.” *Sosiolo Refleksi* 12, no. 1 (2018): 87–118.
- Wong, Nancy Y., and Aaron C. Ahuvia. “Personal Taste and Family Face: Luxury Consumption in Confucian and Western Societies.” *Psychology and Marketing* 15, no. 5 (1998): 423–41. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199808\)15:5<423::AID-MAR2>3.0.CO;2-9](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199808)15:5<423::AID-MAR2>3.0.CO;2-9).
- Yulikhah, Safitri. “JILBAB ANTARA KESALEHAN DAN FENOMENA SOSIAL.” *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2017. <https://doi.org/10.21580/jid.v36i1.1627>.
- Yusup, Febrinawati. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2018. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>.
- Zikra, Ramziya, and Zulmi Yusra. “Kepuasan Wanita Berbelanja Produk Fashion Berdasarkan Cara Membeli.” *Jurnal RAP UNP* 7, no. 1 (2016): 55–66.

