# PENGARUH TERMINOLOGI ARAB DAN ATRIBUT PRODUK ISLAM TERHADAP SENSITIVITAS ETIKA BUSANA MUSLIM LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN

TESIS
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh*:*
Faruk
NIM.F120415228

**PASCASARJANA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**
**SURABAYA**

**2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Faruk

NIM : F120415228

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 29 Januari 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
34597AEF734146963
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Faruk

**PERSETUJUAN**

Tesis Faruk ini telah disetujui
Pada tanggal 29 Januari 2018

Oleh

Pembimbing,

**Dr. H. Djoko Subagyo, MM**

**PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Tesis Faruk ini telah diuji
Pada tanggal 20 Februari 2018

Tim penguji

1. Dr. Hj. Fatmah, ST., MM. (Ketua) ( )
2. Dr. H. Ali Arifin, MM. (Penguji Utama) ( )
3. Dr. H. Djoko Subagyo, MM. (Pembimbing) ( )

Surabaya, 26 Maret 2018
Direktur,

**Prof. Dr. H. Husain Aziz, M. Ag**
NIP. 195601031985031002

**KEMENTERIAN AGAMA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**
**PERPUSTAKAAN**
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faruk
NIM : F120415228
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Ekonomi Syariah
E-mail address : farukabdrohim@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☑ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Produk Islam Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 - April - 2018

Penulis

( Faruk )
*nama terang dan tanda tangan*

# ABSTRAK

Faruk**.** 2018. *PENGARUH TERMINOLOGI ARAB DAN ATRIBUK PRODUK ISLAM TERHADAP SENSITIVITAS ETIKA BUSANA MUSLIM LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN*. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
Pembimbing: Dr. H. Djoko Subagyo, MM

Fokus dalam penelitian ini meliputi terminologi arab dan atribut produk Islam terhadap sensitivitas busana muslim laki-laki dan perempuan. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Kuesioner dari 300 responden dengan pembagaian 100 responden adalah mahasiswa, 100 responden adalah pengunjung toko dan 100 responden adalah pengunjung masjid dianalisis dengan menggunakan alat analisis data SPSS V.20.

Hasil menunjukkan bahwa: (1) adanya pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim. (2) adanya pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim. (3) adanya pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim. (4) terminologi arab meruapakan variabel yang sangat mempengaruhi terhadap sensitivitas etika busana muslim. (5) faktor lingkungan menjadi indikator utama banyaknya penggunaan busana muslim. Hal ini menunjukkan masih kurang sadarnya umat muslim khususnya di Indonesia dalam menggunakan busana muslim sebagau pelindung dirinya dan sebagai ketaatan umat muslim kepada tuhannya.

Studi ini memberikan bukti empiris bagi para pengelola dan pengembang industri busana muslim untuk meningkatkan produk busana muslim khususnya di Indonesia.

Kata kunci : Terminologi Arab, Atribut Produk Islam, Sensitivitas Etika



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uins sby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ……..… i

HALAMAN PERSETUJUAN ..... ..... ii

HALAMAN PENGESAHAN ……..……. iii

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI …….……iv

ABSTRAK ..... v

DAFTAR ISI …….. vi

DAFTAR GAMBAR …….…… xi

DAFTAR TABEL ……..…….. xi

BAB I PENDAHULUAN ……1

A. Latar Belakang ……1

B. Rumusan Masalah ……10

C. Tujuan Penelitian ……11

D. Kegunaan Penelitian ……..……12

E. Sistematika Pembahasan ……13

BAB II KAJIAN PUSTAKA ……16

A. Landasan Teori ……...16

1. Terminologi Arab ……..……16

a. Pengertian Terminologi Arab .....16

1) Pengertian *Jilbab* ……...……16

2) Pengertian *Hijab* ……. 19

3) Pengertian *Al-Qamish* …….…...… 20

4) Pengertian Baju Takwa …….. 21

b. Tiori Selera konsumen ..... 24



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsb by.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi selera konsumen .....25
2. Atribut Busana Muslim .....25
a. Pengertian Atribut Produk Islam .....25
b. Pengertian Desain Produk .....30
c. Fungsi Desain Produk .....30
d. Pengertian Citra Merek .....31
e. Warna Produk .....32
f. Arti Dan Fungsi Warna Produk .....32
g. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Atribut Produk .....34
3. Sensitivitas Etika .....34
a. Pengertian Sensitivitas Etika .....34
b. Aurat Dalm Perspertif Islam .....39
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sensitivitas Etika ,.. 39
B. Penelitian Terdahulu .....40
C. Kerangka Pemikiran .....42
D. Rumusan Hipotesis .....43
BAB III METODE PENELITIAN .....46
A. Variabel Penelitian .....46
1. Variabel Dependen .....46
2. Variabel Independen .....46
B. Definisi Operasional .....47
1. Definisi Terminologi Arab .....47
2. Definisi Atribut Produk Islam.....48



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uins ısby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Definisi Sensitivitas Etika ……49

C. Indikator Variabel .....50

D. Tempat Dan Waktu Penelitian .....50

1. Tempat Penelitian …….50

2. Waktu Penelitian ……..……51

E. Populasi dan Sampel ……51

F. Sumber data Penelitian ……53

G. Teknik Pengumpulan Data ……53

H. Teknis Analisis Data ……54

1. Statistik Deskripsi ……...54

2. Uji Validitas ……...54

3. Uji Reliabilitas ……...55

4. Uji Asumsi Klasik ……...55

5. Uji Regresi Linier Berganda ……...58

4. Uji Hipotesis ……...58

BAB IV HASIL PENELITIAN ……60

A. Deskripsi Responden Penelitian ……..60

1. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin …...61

2. Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia ……...61

3. Data Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..62

B. Data Hasil Kuesioner Responden …… 63

C. Analisis data ……69

1. Uji Validitas ……69



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uir insby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas ……..72

3. Uji Asumsi Klasik ……73

a. Uji Normalitas ……..……73

b. Uji Multikolonieritas ……74

c. Uji Heteroskedastisitas ……..……75

4. Analisis Regresi Linier Berganda ……..77

5. Pengujian Hipotesis ……..78

a. Uji-F (Simultan/serempak) ……78

b. Uji-t (Uji Parsial) ……79

BAB V PEMBAHASAN ……81

A. Pengaruh Terminologi Arab Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan ……81

B. Pengaruh Atribut Busana Muslim Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan ……..…82

C. Pengaruh Terminologi Arab Dan Atribut Busana Muslim Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan …….....84

D. Variabel Yang memiliki Pengaruh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan ……85

E. Indikator Yang Paling Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan ……86

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN** ……89

A. Kesimpulan …….....89

B. Saran …….....90



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uin nsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**DAFTAR PUSTAKA** .....91



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uins nsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ……43

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ……. 40

Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian ……. 50

Tabel 3.2 Penetapan Skor .. ……. 54

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin……... 61

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia ……. 61

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan….. 63

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden X1……. 64

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden X2……. 66

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Y……. 68

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X1 ……. 70

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X2……. 71

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y……. 71

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas…… 72

Tabel 4.11 Uji Normalitas…… 73

Tabel 4.12 Uji Multikolonieritas …… 74

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas …… 75

Tabel 4.14 Hasil model regresi linier berganda …… 77

Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan) …… 79

Tabel 4.16 hasil uji t …… 79



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uins ısby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Dunia fashion berubah sangat cepat. Tak terkecuali busana muslim, khususnya muslimah. Dulu tak banyak pilihan model busana muslim. Sekarang, busana muslim malah jadi tren. Perkembangan dunia fashion mengalami peningkatan yang signifikan di beberapa dekade terakhir. Bahkan Indonesia dicanangkan menjadi kiblat fashion muslim dunia di tahun 2020. Hal ini diwacanakan oleh Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC).[1] Ini sangat dimungkinkan mengingat industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sejak 1990-an. Secara umum, nilai ekspor produk fashion Indonesia pada 2013 mencapai US$ 11,78 miliar, bahkan pada periode Januari-Juli 2014 senilai US$ 8,47 miliar. Berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), saat ini ekspor fashion muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US$ 7,18 miliar, setelah Bangladesh senilai US$ 22 miliar dan Turki senilai US$ 14 miliar.[2]

Islam telah memperkenalkan pula pakaian-pakaian yang seharusnya dipakai oleh kaum muslim. Terutama bagi wanita yang berjilbab. Pemakaian jilbab dalam arti pakaian yang menutup seluruh tubuh wanita kecuali wajah dan tealapak tangan yang pernah menjadi kurang perhatian masyarakat Islam sejak abad 19, kembali marak sekitar 5 tahun terakhir ini dan kelihatannya

[1] Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, "Fesyen Muslim Indonesia", Warta Ekspor (Edisi April 2015) 1.
[2] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin banyak peminatnya, persoalan tersebut menjadi semakin marak dan terangkat ke nasional setelah banyak pendesain membuat beraneka ragam jenis jilbab.[3] Para pendesain tidak hanya merancang jenis jilbab akan tetapi dikenalkan melalui model-model dan artis terkenal yang ditampilkan di beberapa stasiun TV, sehingga banyak halayak yang menyaksikan dan menjadi model dalam penggunaan hijab, apalagi sekarang bermacam ragam variasi dalam menggunakan jilbab.[4]

Adapun sebaik-baiknya pakaian adalah pakaian taqwa. Allah SWT berfirman:

وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

"Pakaian taqwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka selalu ingat."[5]

Yang dimaksud dengan pakaian taqwa atau taqwa dalam ayat tersebut adalah pakaian yang digunakan seseorang sehingga memudahkan dirinya untuk menjalankan semua perintah Allah dan menjahui segala laranganNya baik bagi laki-laki ataupun wanita. Jadi yang dimaksud pakaian taqwa disini bukanlah ghamis, jubbah, baju koko ataupun baju-baju muslim lainnya. Sesungguhnya Allah SWT telah menurunkan kepada kita pakaian untuk menutup aurat dan pakaian untuk perhiasan, sehingga fungsi pakaian ada 2, yakni sebagai penutup aurat dan sebagai perhiasan/keindahan.[6]

---

[3] Ahmad Mustami, "Pendidikan Islam Dalam Peradaban Industi Fashion" dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 12, No. 1, (Juni 2015), 165.
[4] Ibid., 165-166.
[5] Al-A'raf: 26.
[6] Ahmad Abdullah Hadi, Keindahan Islam dalam www.tausyiahaditya.blogspot.com/2012/6/pakaian-taqwa-adalah-pakaian-yang.html/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kalau kita gabungkan dengan pengertian pakaian taqwa diatas, maka pakaian yang dipakai manusia baik laki-laki atau perempuan hendaknya:[7]

1. Menutup Aurat (Laki-laki dan perempuan berbeda dalam pengertian aurat)
2. Tidak memperlihatkan lekuk tubuh karena ketatnya pakaian
3. Tidak memperlihatkan bentuk tubuh karena bahan yang transparan
4. Tidak terlalu panjang atau berlebihan sehingga menyulitkan pemakai untuk bergerak dan sulit untuk beribadah
5. Tidak memakai bahan yang mudah sobek
6. Tidak memakai bahan sutera bagi laki-laki
7. Tidak memakai hiasan emas bagi laki-laki

Islam memberikan kelonggaran dan keleluasaan dalam hal berpakaian, baik dari sisi warna, bahan, maupun jenis dan bentuknya. Islam menetapkan rambu-rambu dan aturan-aturan yang harus diperhatikan dan yang tidak boleh dilanggar. Rambu-rambu tersebut menjadi pembeda antara pakaian syar'i yang menandakan ketakwaan dan keteguhan agama seseorang, dan pakaian non syar'i yang melambangkan kecenderungan dan karakter masing-masing orang. Berikut ini ada beberapa rambu umum yang patut diperhatikan.[8]

1. Tidak berlebih-lebihan dalam berpakaian di luar batas kebiasaan. Allah *Subhanahu wata'ala* berfirman:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

[7] Ibid.
[8] Muhammad Afifuddin, "Rambu-Rambu Berpakaian", *Asy Syariah Edisi 089* (14 Juli 2013)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid! Makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan! Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."[9]

2. Kewajiban menutup aurat dalam berpakaian adalah tujuan utama syariat berpakaian. Para ulama juga bersepakat tentang kewajibannya. Allah *Subhanahu wata'ala* berfirman:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُوَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka selalu ingat."[10]

3. Tidak diperbolehkan menggunakan pakaian yang terbuat dari kulit binatang buas seperti singa, harimau, dan yang lainnya. Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wasallam* bersabda:

وَلاَ تَرْكَبُوْا الْخِزَّ وَلاَ النِّمَارَ

"Janganlah kalian beralas sutra, jangan pula kulit harimau." (HR. Abu Dawud dan Ibnu Majah)

4. Kaum lelaki diharamkan menggunakan pakaian yang terbuat dari sutra. Umar bin Khaththab *Radhiyallahu 'anhu* berkata bahwa Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wasallam* bersabda:

[9] Al-'Araf: 31.
[10] Al-A'raf: 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

لاَ تَلْبَسُوا الْحَرِيرَ فَإِنَّهُ مَنْ لَبِسَهُ فِي الدُّنْيَا لَمْ يَلْبَسْهُ فِي الآخِرَةِ

"Janganlah kalian menggunakan pakaian sutra, sebab barang siapa menggunakannya di dunia, dia tidak akan menggunakannya di akhirat." (HR. al-Bukhari dan Muslim)

5. Tidak diperbolehkan memakai pakaian yang bergambar salib dengan beragam modelnya. Aisyah *radhiyallahu 'anha* berkata:

أَنَّ النَّبِيَّ لَمْ يَكُنْ يَتْرُكُ فِي بَيْتِهِ شَيْئًا فِيهِ تَصَالِيبُ إِلاَّ نَقَضَهُ

"Nabi Shallallahu 'alaihi wasallam tidak membiarkan sesuatu pun di rumahnya yang berbentuk salib melainkan beliau musnahkan." (HR. al-Bukhari)

6. Tidak diperbolehkan memakai pakaian yang bertuliskan huruf-huruf yang tidak dimengerti maknanya atau ada unsur pengagungan terhadap orang kafir, atau kata-kata yang melanggar syar'i atau etika. Al-'Allamah Muhammad bin Shalih al-'Utsaimin *rahimahullah* pernah ditanya, "Apa hukum pakaian yang mengandung tulisantulisan yang berbahasa Inggris, sedangkan kita tidak tahu, bisa jadi tulisan tersebut mengandung makna yang jelek, apakah hal ini termasuk tasyabuh?" Beliau menjawab, "Kewajiban kita adalah bertanya tentang tulisan atau huruf/simbol yang ditulis dengan selain bahasa Arab tersebut, bisa jadi mengandung makna yang merusak dan menghancurkan moral." Tidak diperbolehkan memakai sesuatu yang ada tulisan berbahasa Inggris atau lainnya yang bukan bahasa Arab kecuali setelah orang itu memastikan kebersihan (makna) tulisan tersebut. Tulisan itu tidak mengandung sesuatu yang mengotori kemuliaan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak pula berisi pengagungan terhadap orang kafir. Bisa jadi, tulisan tersebut mengandung unsur pengagungan terhadap orang kafir baik itu olahragawan, artis, penemu, maupun yang semisal itu. Apabila tulisan tersebut mengandung pengagungan terhadap orang kafir, maka hukumnya haram, tidak boleh. Begitu pula tulisan yang mengandung makna murahan dan merusak, juga tidak diperbolehkan. Oleh sebab itu, dia harus memastikan makna tulisan tersebut sebelum pakaian tersebut dia kenakan."

7. Tidak diperbolehkan memakai pakaian yang bergambar makhluk bernyawa, baik itu gambar manusia, hewan, maupun burung. Abu Thalhah radhiyallahu 'anhu, beliau berkata bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

لاَ تَدْخُلُ الْمَلاَئِكَةُ بَيْتًا فِيهِ كَلْبٌ، وَلاَ تَصَاوِيرُ

"Malaikat tidak akan memasuki rumah yang di dalamnya ada anjing dan gambar (makhluk bernyawa)." (HR. Bukhari dan Muslim)

Sampai hari ini pandangan orang tentang busana muslim terbagi dalam dua kelompok. Kelompok pertama, yang tampaknya merupakan kelompok mayoritas adalah kelompok orang Islam yang senantiasa mengikuti perkembangan mode tanpa mempedulikan ketentuan-ketentuan syariat dalam hal menutup aurat. Mereka beranggapan bahwa busana muslim itu kuno, *out of date*, ketinggalan zaman, dan sebutan-sebutan lain yang kurang simpatik.[11]

[11] Ana Maulana, "*Fenomena Pakaian Remaja Modern Yang Berjilbab Tapi Telanjang*" dalam www.dullhariz.blogspot.co.id/p/fenomena-pakaian-remaja-modern-yang.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kelompok kedua diisi oleh orang yang mengenakan busana muslim secara kaku tanpa mempedulikan, bahkan menafikan, pentingnya mode busana, karena selama ini istilah "mode" seperti mengandung konotasi jahili. Di antara kedua kelompok ini berkumpul orang-orang Islam yang merasa terpanggil untuk berbusana muslim sesuai dengan tuntutan syariat, tetapi tidak menjauhkan diri dari mode busana muslim yang tengah berkembang.[12]

Islam tidak hanya agama tetapi mencakup berbagai aspek termasuk kehidupan urusan duniawi, misalnya ekonomi, politik, aspek hukum dan interaksi sosial. Referensi utama untuk Muslim adalah al-Quran dan tradisi kenabian atau hadits yang menggunakan bahasa Arab sebagai kata-kata mereka atau bahasa. [13] Dengan demikian, Industri busana muslim juga dipengaruhi oleh tradisi Arab dan bahasa Arab di sebagian besar fitur-fiturnya, terutama pada pengembangan produk, branding dan pemasaran.

Bahasa merupakan alat kumunikasi manusia. Dalam menggunakannya bahasa memakai banyak cara supaya informasi yang disampaiakan sember masuk ke dalam pendengar atau pembaca. Dalam perkembangannya, bahasa Indonesia juga mengalami penyerapan dari istilah bahasa Arab, meskipun istilah bahasa Indonesia banyak dipengaruhi oleh bahasa Arab, Istilah bahasa

---

[12] Ibid.

[13] Amirul Afif Muhamat dkk., "An Empirical Study on Banks' Clients Sensitivity Towards the Adoption of Arabic Terminology Amongst Islamic Banks" (Fakultas Manajemen Bisnis, University Teknologi MARA, Shah Alam, Malaysia) dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Vol. 4 No. 4, 2011

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia tidak kehilangan ciri khasnya.[14] Masuknya istilah Arab dalam istilah bahasa Indonesia juga banyak mempengaruhi kehidupan serta komunukasi orang Indonesia. Di antara penggunaan bahasa Arab dalam Istilah bahasa Indonesia adalah dalam penyebutan istilah Jilbab atau hijab sebagai ganti dari penggunaan istilah kerudung bagi ummat islam khususnya kaum perempuan. Perubahan istilah kerudung menjadi jilbab atau hijab adalah pengaruh dari bahasa Arab.[15]

Dijelaskan bahwa atribut produk yang paling menonjol atau fitur dari produk ke konsumen tidak selalu berarti bahwa merk merupakan sesuatu yang paling penting. Dan dari atribut-atribut produk inilah suatu produk dapat dibedakan dengan produk sejenis lainnya, dan setiap perusahaan akan memberikan produk yang terbaik bagi para konsumennya. Segala sesuatu atribut produk yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan.[16] Dalam istilah umum, kita sering membedakan antara produk dengan jasa yaitu produk yang nyata dan jasa tidak berwujud. Atribut produk memegang peran utama dalam menentukan merk yang akan konsumen pertimbangkan dan memberikan perhatian serius ketika membuat keputusan pemilihan produk dengan memahami secara tepat bagaimana konsumen membuat keputusan pemilihan produk dan apa yang mereka nilai dalam produk dan jasa.[17] Sedangkan analisis atribut pada perilaku konsumen merupakan teori permintaan yang

---

[14] Novita Hemalini, "Pengaruh Bahasa Arab dalam Pembentukan Kosakata Pada Media Massa Indonesia (Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia)", dalam *Makalah Non Seminar*. 20 Desember 2013.
[15] Ibid.
[16] Setiadi Nugroho, Dkk. "Kreatifitas Busana Muslim Di Kalangan Hijabers di Sukabumi: Studi Empiris Atribut Busana Muslim", dalam *Jurnal Universitas Widyatama, 2013,* 266.
[17] Ibid., 266-277

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup baru, yang mana analisis pendekatan atribut menyatakan bahwa kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dibeli sebenarnya bukan terletak pada barang itu sendiri tetapi dari karakteristik atau atribut yang melekat pada barang yang bersangkutan. [18] Dengan kata lain, bila seseorang memilih suatu barang, sebenarnya bukan memilih barangnya tetapi memilih atribut pada barang tersebut, yang pada umumnya atribut dari suatu barang bukan hanya satu, namun mungkin ada beberapa.

Sedangkan etika merupakan suatu hal yang sangat penting pada suatu profesi. Pada beberapa profesi, etika tertuang dalam sebuah kode etik, termasuk konsumen. Kode etik mengatur segala hal menyangkut etika yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh konsumen. Dalam melaksanakan kode etik, seorang konsumen dituntut untuk peka dalam melihat permasalahan yang terjadi. Kepekaan terhadap suatu permasalahan etika inilah yang biasa disebut dengan sensitivitas etika.[19] Dalam pengertian lebih luas, sensitivitas etika bisa diartikan sebagai kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika dari sebuah keputusan. Sensitivitas etika harus dimiliki oleh nasabah sebelum melakukan pengambilan keputusan etis. Hal ini akan menentukan kualitas dari keputusan yang diambil oleh nasabah. Maka bias dikatakan bahwa sensitivitas etika merupakan dasar dari pengambilan keputusan etis. [20]

Islam mengajarkan etika berpakaian yang menutupi aurat tidak lain adalah demi perlindungan terhadap pengguna, sehingga pelecehan seksual

[18] Ibid., 227.
[19] Alif Zain Muttaqin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sensitivitas Etika Auditir Pemerintah", (Skripsi universitas Diponogoro, 2014), 1.
[20] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak terjadi. Dengan demikian harkat dan martabat seseorang akan terlindungi, kakau tidak ingin direndahkan maka hargailah diri sendiri. Dengan tidak melupakan etika berpakaian tersebut maka segala kebaikan yang dibuatkan untuk pakaian akan mendapat segala berkah dari Allah SWT.[21]

Menurut penulis, kita sebagai orang muslim harus melihat kaidah-kaidah berbusana yang sesuai dengan syariat islam, supaya apa yang kita kenakan dapat dipertanggungjawabkan di akhirat kelak dan tidak memicu hal-hal yang tidak diinginkan. Berbeda dengan zaman sekarang banyak sekali model yang tidak sesuai dengan syariat Islam, sebagai contoh ada model pakaian yang dikenal dengan istilah "*you can see*" yang artinya kamu boleh melihat, atau bahkan ada yang rela mati-matian untuk menaikan bagian bawahnya keatas dan yang atas rela untuk diturunkan ke bawah, atau ada yang mengenakan baju yang semestinya dipakai oleh anak TK/SD (pakaian super ketat) hingga terlihat apa yang seharusnya tidak boleh dilihat. *Nauzubillahi min dzalik*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan**".

## B. Rumusan Masalah

Agar penyajian suatu karya ilmiah tidak menyimpang dari pokok bahasan yang dikehendaki, maka perlu adanya rumusan masalah. Berdasarkan

[21] Fahd Salim Bahammam, *Pakaian Dalam Islam (ILLUSTRASI)*, (Google Book, 2015), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Terminologi Arab berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan?
2. Apakah Atribut Busana Muslim berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan?
3. Apakah Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan?
4. Variabel apakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan?
5. Indikator variabel apakah yang paling dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan Terminologi Arab dapat berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.
2. Untuk menjelaskan Atribut Busana Muslim dapat berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.
3. Untuk menjelaskan Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim dapat berpengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Untuk menjelaskan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan.
5. Untuk menjelaskan indikator variable yang paling dominan terhadap Sensitivitas Etika busana Muslim laki-laki dan perempuan.

D. **Kegunaan Penelitian**

Diharapkan dari hasil penelitian ini memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Teoretis
   a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan ekonomi Islam pada umumnya dan manajemen pemasaran pada khususnya.
   b. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan riset atau penelitian lanjutan terkait Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.
   c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran khususnya tentang pengetahuan terminology arab yang terdapat dalam produk busana muslim beserta atribut-atribut busana muslim, selain itu penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian yang sudah ada didalam bidang ilmu ekonomi syariah khusunya dan seluruh disiplin keilmuan secara umum.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Praktis

a. Sebagai tambahan informasi bagi pihak pengelola Busana Muslim dalam usaha meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian produk busana muslim yang menggunakan terminology arab dan atribut busana muslim, beserta pengaruhnya terhadap sensitivitas etika busana muslim.

b. Sebagai upaya untuk menawarkan sebuah rekomendasi bagi para pelaku industry busana muslim agar para pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing produknya.

c. Sebagai upaya untuk meneawarkan sebuah rekomendasi bagi instansi-instansi terkait seperti kementrian perdagangan, kementrian parawisata dan ekonomi kreatis, dan kementrian perindutrian khususnya, dalam mengembangkan terminology arab yang terdapat dalam produk busana muslim dan atributnya, beserta pengaruhnya terhadap sensitivitas etika busana muslim.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan merupakan bagian yang di dalamnya menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan bagian yang didalamnya menjelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kerangka penelitian yang digunakan untuk memperjelas maksud penelitian dan membantu dalam berfikir secara logis, serta hipotesis yang digunakannya.

Bab III Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian yang didalamnya menjelaskan bagaimana penelitian ini dilaksanakan secara operasional. Dalam bagian ini diuraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, tempat dan waktu penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis.

Bab IV Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan bagian yang menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, data hasil kuesioner dan hasil analisis data.

Bab V Pembahasan

Pembahasan merupakan bagian yang menjelaskan mengenai hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab VI Penutup

Penutup merupakan bagian terakhir dalam penulisan tesis. Bagian ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data dan akan disampaikan pula keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, serta saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Referensi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada daftar pustaka serta dilengkapi dengan lampiran-lampiran pengolahan data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA

## A. Landasan Teori

Landasan teori yang dimaksud di sini adalah teori-teori yang digunakan peneliti untuk mendukung penelitiannya.[22] Disini peneliti menulis mulai dari teori-teori atau batasan-batasan tentang fokus masalah.

### 1. Terminologi arab

#### a. Pengertian Terminologi Arab

Terminologi adalah suatu upaya untuk menjelaskan pengertian dari suatu istilah, kemudian memperjelasnya sehingga tidak melenceng dari pengertian yang sebenarnya. Sehingga secara etimologi, Terminologi Arab berarti istilah-istilah Arab.[23] Terminologi Arab (istilah-istilah Arab) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah istilah-istilah Arab dalam produk busana muslim, seperti *jilbab, Hijab, Jubah, Gamis* Dll.

1) Pengertian *Jilbab*

*Jilbab* berasal dari kata *jalaba* jamak dari *jalabib* yaitu pakaian yang menutup seluruh tubuh sejak dari kepala sampai mata kaki, atau menutupi sebagian besar tubuh dan pakaian diluar seperti halnya baju hujan.[24] *Jilbab* dapat pula diartikan sebagai pakaian yang lapang dan dapat menutup autar wanita, kecuali muka dan kedua telapak tangan

---

[22] Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya: 2013), 113.
[23] "*Pengertian Terminologi"* dalam www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-terminologi/
[24] Haya Binti Mubarok al Barik, *Ensiklopedi Wanita Muslimah*, (Jakarta: Darul Falah, 2001), 149

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai pergelangan tangan saja yang ditampakkan.[25] Sedangkan dalam Lisanul Arab adalah *jilbab* berarti selendang, atau pakaian lebar yang dipakai wanita untuk menutupi kepala, dada dan bagian belakang tubuhnya.[26]

Al-Biqo'i berpendapat bahwa *jilbab* adalah baju yang longgar atau kerudung penutup kepala wanita atau dipakai untuk menutup baju dan kerudung yang dipakainya.[27] Syaikh Bahar Zaid juga menjelaskan dalam buku *Hurasatul Fadhilah*, bentuk jama' dari *jilbab* adalah *jalabib* atau baju krung yang tebal dan dikenakan oleh wanita dari kepala hingga kedua kakinya serta menutupi seluruh tubuhnya berikut pakaian dan perhiasannya.[28] Arti kata *jilbab* ketika Al-Qur'an diturunkan adalah kain yang menutup dari atas sampai bawah, tutup kepala, selimut, kain yang dipakai lapisan yang kedua oleh wanita dan semua pakaian wanita, ini adalah beberapa arti dari *jilbab* seperti yang dikatakan Imam Alusiy dalam tafsirnya *Ruuhul Ma'ani*. Semenetara Imam Qurthubi dalam tafsirnya mengatakan bahwa *jilbab* berarti kain yang lebih besar ukurannya dari *khimar* (kerudung), sedang yang benar menurutnya *jilbab* adalah kain penutup semua badan.[29]

---

[25] Mulhandy Ibn Haj, dkk., *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, (Bandung: Espe Press, 1986), 5.
[26] Ibnu Mandur, *Lisanul Arab*, (Bairut: Dar sadir) cet. 1, Jil. 1, Hal. 272.
[27] M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendikiawan Kontemporer*, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), 321.
[28] Muhammad Muhyidin, *Membelah Lautan Jilbab*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2008), 21.
[29] Nur Faizin Muhith, *Definisi Jilbab Dalam Al-Qur'an dan Jilbab Zaman Sekarang* (Kairo, 13 Agustus 2002) dalam www.indojilbab.com/content/42-definisi-jilbab-dalam-al-quran-dan-jilbab-zaman-sekarang/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*Jilbab* merupakan penanda bagi sekumpulan hukum-hukum sosial yang berhubungan dengan posisi wanita dalam sistem islam dan yang disyariatkan Allah SWT agar menjadi benteng kokoh yang mampu melindungi kaum wanita, menjadi pagar pelindung yang mampu melindungi msyarakat dari fitnah, dan menjadi *Framework* yang mengatur fungsi wanita sebagai pembentuk generasi masa depan.[30]

Menurut Taqiyuddin An-Nabhani, *jilbab* itu bukan kerudung, ia adalah baju panjang dan longgar (*milhafah*) atau baju kurung (*mula'ah*) yang dipakai menutupi seluruh badan diatas baju rumahan, dan wajib diulurkan sampai kebawah.[31] Syekh Athiyah Shoqor menyebutkan bahwa jilbab dapat diistilahkan dengan:[32]

a) *Khimar* (kerudung) segala bentuk penutup kepal wanita baik yang panjang atau pendek, penutup kepala, dada dan badan wanita atau yang hanya rambut dan leher saja.
b) *Niqob* atau *Burqo'* (cadar), yaitu kain penutup wajah wanita.
c) *Hijab* (tutup), yaitu untuk mengurangi dan mencegah terjadinya *fitnah jinsiyah* atau godaan seksual baik dengan menjaga pandangan, tidak mengubah intonasi suara biaca wanita sipaya

[30] Ibrahim Bin Fathi Abd Al-Muqtadir, *Wanita Berjilbab vs Wanita Pesolek*, (Jakarta: AMZAH, 2007), 29.
[31] Taqiyuddin An-Nabhani, *An-Nizam Al-Ijtima'I fil Islam*, 45-46
[32] Nur Faizin Muhith, *Definisi Jilbab Dalam Al-Qur'an dan Jilbab Zaman Sekarang* (Kairo, 13 Agustus 2002) dalam www.indojilbab.com/content/42-definisi-jilbab-dalam-al-quran-dan-jilbab-zaman-sekarang/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdengar lebih menarik dan menggugah, menutup aurat dan lain sebagainya.

2) Pengertian *Hijab*

*Hijab* adalah penutup seluruh anngota badan kecuali muka dan telapak tangan. *Hijab* lebih sempurna daripada penggunaan kata Al-Khimar (kerudung) karena meliputi seluruh badan termasuk perhiasan.[33] *Hijab* artinya tabir, tirai atau dinding, juga dugunakan dengan arti kata pelindung wanita dari pandangan laki-laki ajnabi (yang bukan mahrom). Rasulullah telah menerangkan bahwa wanita adalah aurat yang harus dilindungi.[34] Wanita-wanita islam memainkan peranan yang tidak kalah penting dibandingkan laki-laki, hanya bedanya kaum wanita lebih banyak dalam keadaan tertutup. Dengan cara ini, maka kesucian, kemulyaan dan kehormatan wanita akan terprlihara dan kaum laki-laki pun akan selamat dari fitnah.[35]

*Hijab* merupakan kebutuhan primer serta kewajiban yang tidak boleh ditinggalkan oleh setiap wanita, karena *hijab* merupakan sarana penunjang yang menjaga batasan antara pria dan wanita, sedangkan membuka wajah adalah faktor penghancur akhlak mulia dan kerusakan lawan jenis, dan kewajiban *hijab* atas perempuan muslimah adalah sebagai bentuk tabir penutup antara dirinya dan laki-laki asing tatkala

---

[33] Ibrahim Bin Fathi Abd Al-Muqtadir, *"Wanita Berilbab VS Wanita Bersolek"*, (Jakarta: Amzah, 2007), 6.
[34] Muhammad bin Muhammad Ali, *Hijab Pakaian Penutup Aurat Istri Nabi SAW*, (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), 33.
[35] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang wanita di haruskan keluar dari rumahnya ketika dalam keadaan yang mendesak.[36] Agama islam telah meletakkan bagi perempuan syarat ketentuan-ketentuan tertentu serta adab-adab yang ada di dalam masalah kebutuhan yang mendesak bagi dirinya, dan seberapa besar perhatian dan penjagaannya seorang wanita terhadap hijabnya maka sebesar itu pula penjagaan lingkungan masyarakat terhadap dirinya.[37]

3) Pengertian *Al-Qomish* (baju gamis)

Fairuz Abaady mengatakan dalam kamus *Al-Muhith*, gamis (*al-qomish*) mempunyai makna sinonim dari kata *jilbab* yaitu pakaian yang luas (longgar dan leluasa), tapi selain selubung/selimut (*al-milhafah*), atau sesuatu yang dipakai olehnya untuk menyelimuti pakaiannya mulai dari atas seperti selubung/selimut, atau bisa sebagai *khimar* (kerudung).[38]

Pada kalangan masyarakat Indonesia, gamis adalah salah satu jenis baju jubah dan merupakan salah satu jenis pakaian muslim untuk pria dan wanita dengan model lurus panjang hingga dibawah lutut atau hingga mata kaki, bersifat longgar sehingga menutup seluruh badan dari mata kaki hingga ke dada. Awalnya gamis hanya sepotong kain panjang tanpa kombinasi atau pemberian aksen-aksen tertentu, namun perkembangan fashion atau trend baju saat ini menyebabkan

[36] Ibid., 34.
[37] Ibid.
[38] Fairuz Abaady, Qomus Al-Muhith, (Bairut: Darul Hadits, 2003) 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perubahan besar pada gamis.[39] Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan gamis adalah pakaian muslim dengan model baju menyatu antara atasan dan bawahan yang berbentuk lurus, panjang dan longgar untuk menutupi seluruh badan mulai dari leher sampai mata kaki.

4) Pengertian Baju Takwa dan Baju Koko

Di beberapa daerah dan kalangan masyarakat, ada yang menyebut baju koko ini sebagai baju takwa. Padahal, sebenarnya kedua jenis baju ini berbeda. Baju takwa tidak diadopsi dari baju thui-kim, melainkan hasil modifikasi dari baju tradisional Jawa, yaitu Surjan. Surjan adalah salah satu pakaian adat Jawa yang dipakai pria sehari-hari. Pakaian jenis ini juga bisa dipakai untuk menghadiri upacara-upacara resmi adat Jawa dengan dilengkapi blangkon dan bebetan.[40] Biasanya, motifnya berupa garis-garis vertikal berwarna cokelat muda dan cokelat tua. Baju Surjan versi aslinya ini masih banyak ditemui di Pasar Bringharjo, Yogyakarta, atau Pasar Klewer, Solo, atau di pasar suvenir di kawasan wisata lainnya di Jawa Tengah dan Jawa Timur. Sunan Kalijaga yang pertama kali memodifikasi surjan menjadi "baju takwa". Dari sembilan wali, hanya beliau yang pakaiannya berbeda.[41] Sunan Kalijaga tidak menggunakan jubah dan sorban. Akan tetapi, merancang bajunya sendiri yang disebut "**Baju**

[39] Gamis Syar'i, "*Apa Itu Gamis*" dalam www.gamissyaricantik.net/2016/10/apa-itu-gamis/
[40] Asep Iwan, *Asal Mula Pakaian Muslim Bernama Baju Koko*, (kompasiana.com 16 Juli 2013).
[41] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**Takwa**", dari baju Surjan. Baju surjan biasanya berlengan pendek, sedangkan oleh Sunan Kalijaga baju tersebut dijadikan lengan panjang.[42]

Kini, baju koko bukan hanya berwarna putih polos. Dan, baju takwa pun tidak selalu bermotif garis-garis vertikal warna cokelat seperti yang dikenakan Sunan Kalijaga. Rupanya Baju Koko dan Baju Takwa pun saling berkolaborasi, sehingga sudah semakin jarang yang benar-benar baju koko ataupun yang benar-benar baju takwa.[43] Sudah banyak pilihan warna. Ada yang lengan panjang, ada pula yang lengan pendek. Motifnya pun beragam, mulai dari bordir hingga batik. Kegunaan baju koko atau baju takwa ini yang paling utama memang masih untuk kegiatan yang berkaitan dengan ibadah. Namun, mulai sering pula digunakan di luar kegiatan keagamaan. Misalnya, untuk pergi ke pesta atau kegiatan sehari-hari lainnya.[44]

M. Qurish Shihab menyatakan bahwa di dalam Al-Qur'an setidaknya menggunakan tiga istilah untuk pakaian, yaitu *libas*, *siyab* dan *sarabil*.[45] Dan pernyataan inilah yang dijadikan landasan bahwa wanita tidak wajib memakai kerudung.

**a)** *Libas*

Kata *libas* di dalam Al-qur'an, pada mulanya berarti penutup, apapun yang ditutup, Fungsi pakaian sebagai penutup amat jelas.

---

[42] Ibid
[43] Ibid
[44] Ibid.
[45] M. Qurish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendikiawan Kontemporer*, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), 188.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tetapi, perlu dicatat bahwa ini tidak harus berarti "menutup aurat", karena cincin yang menutup sebagian jari juga disebut *libas*. Memang, kita boleh berkata bahwa yang menutup seluruh badannya kecuali wajah dan telapak tangannya, menjalankan bunyi teks ayat, bahkan mungkin berlebihan, namun dalam saat yang sama kita tidak wajar menyatakan terhadap mereka yang tidak memakai kerudung, atau yang menampakkan tangannya, bahwa mereka "secara pasti telah melanggar petunjuk agama". Bukankah Al-qur'an tidak menyebut batas aurat? Para ulama pun ketika membahasnya berbeda pendapat.[46]

b) *Siyab*

Kata ini di dalam Al-qur'an digunakan untuk menunjukkan pakaian lahir. Kata ini diambil dari kata *saub* yang berarti kembali, yakni kembalinya sesuatu pada keadaan semula, atau pada keadaan yang seharusnya sesuai dengan ide pertamanya. Ungkapan yang menyatakan bahwa "*awalnya adalah ide dan akhirnya adalah kenyataan*". Ungkapan ini berarti kenyataan harus dikembalikan kepada ide asal, karena kenyataan adalah cerminan dari ide asal.[47]

Al-Raghib al-Isfahani, seorang pakar bahasa Al-qur'an menyatakan bahwa pakaian dinamai *siyab* atau *saub* karena ide dasar adanya bahan-bahan pakaian adalah agar dipakai. Jika bahan-bahan

[46] Ibid., 188-189.
[47] Ibid., 189.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut telah dipintal kemudian menjadi pakaian, maka pada hakikatnya ia telah kembali pada ide dasar keberadaannya.[48]

c) *Sarabil*

Kamus-kamus bahasa mengartikan kata ini sebagai pakaian, apapun jenis bahannya. Kata *sarabil* bisa diartikan sebagai fungsi pakaian untuk melindungi diri dari panas, dingin dan bahaya dalam peperangan.[49]

**b. Teori Selera Konsumen**

Dalam penelitian Terminologi Arab peneliti menggunakan teori selera konsumen muslim dalam memilih Produk Busana Muslim yang memakai istilah Arab (terminology arab). Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barangm jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.[50]

Pada kenyataannya, kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:[51]

1) Nilai guna (utility) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dan income konsumen dan ketersediaan barang dipasar.

---

[48] Ibid.
[49] Ibid.
[50] Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 214.
[51] Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Rajawali Pres, 2007), 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Kecendrungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman mas lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat.

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada suatu waktu tertentu.

**c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologi.[52] Selain empat faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi:[53] Produk, Harga, Promosi, dan Saluran distribusi.

**2. Artibut Produk Islam**

**a. Pengertian Atribut Produk**

Atribut produk adalah unsur-unsur yang melekat pada sebuah produk berwujud maupun produk tidak berwujud. Produk yang tidak berwujud antara lain berupa harga, jasa, atau layanan dan kualitas, sedangkan atribut yang berwujud berupa desain, warna, ukuran, kemasan, dan sebagainya.[54] Atribut produk dikelompokkan kedalam tiga bagian

[52] Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2000), 32.
[53] Ibid., 34.
[54] Kotler Philip Kotler, Alih Bahasa Susanto A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2003) 137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu kualitas produk, fitur, serta gaya dan desain produk.[55] Ada beberapa unsur yang terdapat dalam atribut produk yaitu merek, kemasan produk, label produk, desain produk, warna, kualitas produk, dan pelayanan produk.[56]

Analisis atribut pada perilaku konsumen merupakan teori permintaan yang cukup baru, dimana analisis pendekatan atribut menyatakan bahwa kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dibeli sebenarnya bukan terletak pada barang atau jasa itu sendiri, tetapi dari karakteristik atau atribut yang melekat pada barang yang bersangkutan".[57] Artinya, konsumen akan mencari manfaat tertentu dan selanjutnya melihat kepada atribut produk. Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya.

Konsumen memilih sebuah produk, didasari adanya penilaian positif terhadap atributnya. Atribut produk merupakan salah satu alasan yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk. Semakin atribut suatu produk sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka akan menimbulkan minat untuk membeli.[58] Semakin baik kinerja atribut pada suatu produk maka konsumen akan puas.

---

[55] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001) Edisi 8 Jilid 1 Hal 347.
[56] William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Yohannes Lamarto. (Jakarta: Erlangga, 1989) Edisi 7 Jilid 1 Hal 269.
[57] Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), Jilid 1 Hal 16.
[58] Mega Rosalia dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". *Dalam E-Journal UNESA*, 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, maka akan berdampak pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali produk tersebut. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan pada atribut suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk tidak membeli kembali produk tersebut.[59]

Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut tersebut meliputi merek, kemasan, pembelian label, layanan pelengkap, jaminan, harga, kualitas, kelengkapan fungsi, desain, layanan purna jual, dan lainnya. Produk yang diluncurkan, ditentukan oleh atribut produk yang mampu memberikan kepuasan pada konsumen sehingga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk tersebut.[60]

Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, atribut tersebut berupa merek, kemasan, pembelian label, layanan pelengkap, dan jaminan.[61] Unsur yang terdapat dalam atribut produk yaitu merek, kemasan produk, label produk, desain produk, warna, kualitas produk, dan pelayanan produk.[62] Atribut sebagai faktorfaktor yang dipertimbangkan pembeli pada saat membeli produk, meliputi harga,

[59] Ibid.
[60] Ibid.
[61] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) Edisi 2. Hal 34.
[62] William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Yohannes Lamarto. (Jakarta: Erlangga, 1989) Edisi 7 Jilid 1 Hal 268.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kualitas, kelengkapan fungsi, desain, layanan purna jual, dan lainnya.[63] Atribut produk diklasifikasikan terdiri dari kualitas produk, desain, dan fitur produk.[64] Unsur yang melekat pada atribut produk berbeda-beda sesuai dengan karakteristik produk yang dibutuhkan dan ditonjolkan untuk menarik konsumen. Pada produk busana muslim, desain produk, citra merek serta warna produk diharapkan menjadi atribut utama yang mampu untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut, seperti pada produk busana muslim.[65]

Produk busana muslim memiliki beragam desain dan terus berusaha memberikan yang terbaik untuk kepuasan pelanggannya melihat kompetitor seperti Tuneeca, Dannies dan Tasmatas semakin gencar mempromosikan produknya. Oleh karena itu, agar konsumen tetap setia memilih produk busana muslim.[66] Produk busana muslim selalu berusaha memberikan inovasi untuk kepuasan pelanggannya, yaitu dengan selalu meningkatan kualitas atribut produknya yang dibuktikan melalui desain, citra merek, serta warna produknya yang selalu mengalami perbaikan. Desain produk busana muslim saat ini beraneka ragam mengingat perkembangan kebutuhan konsumen semakin meningkat terhadap desain produk.[67] Produk busana muslim memiliki banyak variasi desain dan

---

[63] Bilson Simamopra, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, (Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2001) Edisi 1. Hal 57.
[64] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001) Edisi 8 Jilid 1. Hal 350.
[65] Ibid.
[66] Mega Rosalia dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". *Dalam E-Journal UNESA*, 2.
[67] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

warna produk. Desain produk busana muslim yang dihasilkan sangat menarik, apalagi disesuaikan dengan warna yang serasi atau perpaduan antar warna berbeda ditambah motif yang unik.[68]

Desain berkaitan erat dengan warna. Desain dan warna secara mencolok penting dalam pemasaran modern. Frekuensi pembelian produk benar-benar didasari oleh desain dan warna. Sering posisi pasar akan lebih ditentukan oleh desain produk dari pada nilai intrinsik dan kualitas. Warna sering menjadi faktor penentu dalam hal diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen.[69] Oleh karena itu, desain produk tidak akan terlihat menarik apabila kombinasi warnanya tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Desain produk yang unik serta menarik ditambah dengan kombinasi warna yang serasi, akan menciptakan citra merek yang baik pula. Produk yang memiliki citra yang baik akan dapat menimbulkan loyalitas konsumen pada merek.[70]

Sedangkan citra merek adalah bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan seperti lambang, desain, huruf, warna khusus atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakilkan oleh mereknya. Citra merek yang terbaik adalah khusus dan tepat baik untuk produk maupun untuk pasar sasaran serta dapat

[68] Ibid., 2-3.
[69] Ibid., 3.
[70] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan produk dengan nilai kompetisi tinggi dan dapat bertahan untuk periode waktu yang lama atau jangka panjang.[71]

**b. Pengertian Desain Produk**

Desain memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk juga penampilannya. Adapun definisi desain adalah rancangan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa bentuk ditentukan oleh fungsi dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lainlain".[72] Desain busana muslim memiliki totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Keistimewaan itu dapat dilihat dari segi perubahan perbaikan desain busana muslim yang dilakukan setiap beberapa periode. Desain yang dihasilkan juga sesuai dengan perkembangan zaman, maka tidak heran apabila busana muslim tetap menjadi pilihan utama serta kepercayaan dari konsumennya.[73]

**c. Fungsi Desain produk**

Ada beberapa fungsi desain produk yang baik yaitu meningkatkan pemasaran produk dalam berbagai hal, mempermudah operasi pemasaran produk, meningkatkan nilai kualitas dan keawetan produk, menambah daya penampilan produk serta menghemat biaya pembuatan produk".

---

[71] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009) Edisi 13 Jilid 1. Hal 235.
[72] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001) Edisi 8 Jilid 1 Hal 348.
[73] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Desain busana muslim yang menarik, sesuai perkembangan zaman, tahan lama tentu meningkatkan pemasaran produknya dan menambahkan daya penampilan produknya. [74]

**d. Pengertian Citra Merek**

Pembentukan citra merek dipengaruhi oleh pengalaman konsumen. Adapun definisi citra merek adalah bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan seperti lambang, desain, huruf, warna khusus atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakilkan oleh mereknya".[75] Ada tiga faktor yang membentuk citra merek yang dapat di evaluasi oleh konsumen yaitu kekuatan asosiasi merek, keuntungan aosiasi dan keunikan asosiasi. Faktor-faktor pembentuk citra merek yaitu kualitas atau mutu, dapat dipercaya atau diandalkan, kegunaan atau manfaat, pelayanan, resiko, harga, serta citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri.[76] Busana muslim memiliki citra yang positif dibenak konsumennya, hal ini dapat dilihat dari bertahannya busana muslim ditengah persaingan fashion yang sedang memuncak. Pembentukan citra merek busana muslim yang baik tidak mudah bergeser dari benak konsumennya, karena citra merek busana muslim telah dikenal baik dari dalam negeri maupun luar negeri.[77] Hal ini membuktikan bahwa citra merek tetap dipercaya menghasilkan produk-produk yang berkualitas tidak hanya dari segi produk saja, namun

---

[74] William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran,* Alih Bahasa Yohannes Lamarto. (Jakarta: Erlangga, 1989) Edisi 7 Jilid 1 Hal 285.
[75] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2009) Edisi 13 Jilid 1 Hal 268.
[76] Schiffman and Kanuk, *Consumer Behavior 9th Edition. Pearson International Edition,* 2007, 46.
[77] Ibid., 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga produk Busana muslim lainnya. Citra merek yang baik mengakibatkan produk dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen melalui labelnya yang unik, serta mampu terus bertahan dengan pesaingnya dalam jangka panjang.[78]

**e. Warna Produk**

Warna mengkomunikasikan secara psikologis dengan menciptakan satu asosiasi mental. Asosiasi mental terhadap warna inilah yang menentukan persepsi seseorang tentang suatu objek atau lingkungan disekitarnya". [79] Warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu menstimuli perasaan, perhatian dan minat seseorang".[80] dijelaskan juga bahwa warna dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu warna netral, warna kontras, warna panas, warna dingin.[81]

**f. Arti dan Fungsi Warna**

Warna memiliki fungsi asosiasi. Artinya warna memiliki arti dan fungsi yang berpengaruh secara psikologis terhadap seseorang yang melihatnya. Secara psikologis warna memiliki efek terhadap manusia, karena selain menimbulkan sensasi juga menimbulkan rasa senang dan tidak senang sehingga pengunaan warna dalam penyajian bahan

[78] Ibid.
[79] Marianne Rosner K. dan Sandra A. Krasovec, *Desain Kemasan*. (Jakarta: Erlangga, 2007), 105-106.
[80] Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 46.
[81] Eko Nugroho, *Pengenalan Teori Warna*, (Yogyakarta: ANDI Pustaka, 2008), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelajaran perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut".[82] Ada beberapa warna tertentu yang menjadi favorit bahkan sesuai dengan kepribadian konsumen.

Atribut produk adalah salah satu komponen sifat-sifat produk yang secara bersama-sama memuaskan kebutuhan seseorang, baik yang kentara maupun yang tidak kentara seperti warna, pembungkus, harga, dan manfaat.[83] Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa atribut produk adalah bagian penting dari strategi produk yang dapat dikontrol langsung oleh produsen sebagai suatu rangsangan yang perlu diperhatikan dan dievaluasi oleh konsumen dalam proses pembuatan keputusan. Karena melalui atribut produk, diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dengan cara merubah persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga dijadikan pertimbangan konsumen dalam proses keputusan pembeliannya.[84]

Dalam memproduksi suatu produk, suatu perusahaan akan memberikan atribut-atribut yang dapat memberikan manfaat atau kegunaan yang tepat bagi konsumen. Dari atribut-atribut inilah, suatu produk dapat dibedakan dengan produk sejenis lainnya, oleh karena itu

---

[82] Mega Rosalia dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". *Dalam E-Journal UNESA.*
[83] Hudi, "Dampak Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok" dalam *Jurnal Likithapradnya.* September 2008
[84] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setiap perusahaan akan memberikan produk yang terbaik bagi konsumennya.[85]

**g. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Atribut Produk Islam**

Berdasarkan pendapat di atas maka yang dijadikan dasar dalam penelitian ini dan disesuaikan dengan produk yang diteliti berupa Busana Muslim laki-laki dan perempuan, maka atribut produk yang digunakan adalah: Merek, Kemasan, Kualitas dan Desain/Rancangan. Keempat indikator tersebut memberikan perbedaan persepsi dan pendapat diantara beberapa konsumen.[86]

**3. Sensitivitas Etika**

**a. Pengertian Sensitivitas Etika**

Sensitivitas etika didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika pada situasi profesional. Secara intuisi, seseorang diharapkan dalam menjalankan profesinya lebih sensitif dalam memahami masalah etika profesi. seseorang harus melaksanakan standar etika dan mendukung tujuan dari norma profesional yang merupakan salah satu aspek komitmen profesional.[87] Komitmen yang tinggi tersebut direfleksikan dalam tingkat sensitivitas yang tinggi pula untuk masalah

---

[85] Elyonsa, "Analisis Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Kapal Api (Studi Kasus Mahasiswa FEIS UIN Jakarta)". Dalam *Skripsi FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2010

[86] Setiadi Nugroho, Dkk. "Kreatifitas Busana Muslim Di Kalangan Hijabers di Sukabumi: Studi Empiris Atribut Busana Muslim", dalam *Jurnal Universitas Widyatama, 2013,* 268-269

[87] Syaikhul Falah, *Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda)*. Tesis Universitas Diponogoro, 2006, 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berkaitan dengan etika profesional. Jadi, sensitivitas etika merupakan kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika dari sebuah keputusan.[88]

Etika (ethos) berasal dari bahasa Yunani "ta etha" berarti adat istiadat atau kebiasaan.[89] Kita sekalian memberi hukum kepada beberapa perbuatan bahwa "ia baik atau buruk, benar atau salah, hak atau batal". Hukum ini merata diantara manusia, baik yang tinggi kedudukannya maupun yang rendah, baik dalam perbuatan yang besar maupun yang kecil, diucapkan oleh ahli hukum di dalam soal undang-undang atau oleh ahli perusahaan pada perusahaan mereka, bahkan oleh anak-anak dalam permainan mereka, maka apakah artinya "baik dan buruk?" dan dengan ukuran "apakah" kita mengukur perbuatan yang akan kita beri hokum "baik atau buruk?".[90] Dari segala ini diselidiki oleh etika, yaitu suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh setengah manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.[91]

Adapun pokok persoalan etika ialah segala perbuatan yang timbul dari orang yang melakukan dengan ikhtiar dan sengaja, dan ia mengetahui waktu melakukannya apa yang ia perbuat, inilah yang dapat kita beri hokum "baik dan buruk", demikian juga segala perbuatan yang timbul tiada dengan kehendak, tetapi dapat diikhtiarkan penjagaan sewaktu sadar.

---

[88] Ibid.
[89] A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998) 14.
[90] Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975). 2.
[91] Ibid., 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun apa yang timbul bukan dengan kehendak, dan tiada dapat dijaga sebelumnya, maka ia bukan dari pokok persoalan etika.[92]

klasifikasi etika secara umum yang berbicara mengenai norma dan nilai moral, kondisi-kondisi dasar bagi manusia untuk bertindak, mengambil keputusan secara etis, teori-teori etis dan semacamnya, sedangkan etika khusus adalah penerapan prinsip-prinsip atau norma-norma moral dasar dalam bidang kehidupan khusus.[93]

Ada 10 prinsip etika yang mengarahkan perilaku, yaitu:[94]

1) Kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus-terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan, tidak berbohong.
2) Integritas, yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan yang terhormat, tulus hati, berani dan penuh pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan dapat dipercaya.
3) Memeliharan janji, yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, patuh, tidak menginterpretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalitas dengan dalih ketidakrelaan.
4) Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan, dan negara, tidak menggunakan atau memperlihatkan informasi rahasia, begitu juga dalam suatu konteks profesional,

---

[92] Ibid., 5-6.
[93] A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, (Jakarta: Kanisius, 1991), 20.
[94] Munif Kholifah Sulistiyoningrum, "Etika Bisnis Dan Kewirausahaan" dalam http://mamaulis.blogspot.com/2011/05/etika-bisnis-dan-kewirausahaan.html, diakses pada 12 Mei 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjaga/melindungi kemampuan untuk membuat keputusan profesional yang bebas dan teliti, dan menghindari hal yang tidak pantas serta konflik kepentingan.

5) Kewajaran/keadilan, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia mengakui kesalahan, memperlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, serta tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.
6) Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbaik hati, belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain.
7) Hormat kepada orang lain, yaitu menghormati martabat orang lain, kebebasan dan hak menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, tidak merendahkan dan mempermalukan martabat orang lain.
8) Warga negara yang bertanggung jawab, yaitu selalu mentaati hukum/ aturan, penuh kesadaran sosial, dan menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan.
9) Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan pesonal maupun pertanggungjawaban profesional, tekun, dapat dipercaya/ diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan mengembangkan serta mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi.

10) Dapat dipertanggungjawabkan, yaitu memiliki dan menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya serta selalu memberi contoh.

Ada sekurang-kurangnya empat alasan mengapa etika pada zaman kita semakin perlu. Pertama, kita hidup dalam masyarakat yang semakin pluralistik, juga dalam bidang moralitas. Kedua, kita hidup pada masa transformasi masyarakat yang tanpa tanding. Ketiga, tidak mengherankan bahwa proses perubahan sosial budaya dan moral yang kita alami ini digunakan oleh pelbagai pihak untuk memancing dalam air keruh. Dan keempat, etika juga diperlukan oleh kaum agama yang disatu pihak menemukan dasar kemantapan mereka dalam iman kepercayaan mereka.[95]

Islam mengatur mengenai etika berpakaian yaitu dengan menutup aurat. Sebagai Muslim sudah tentu pakaian yang baik dan sopan adalah pakaian yang tidak melanggar syariat. Karena itu salah satu aturan berpakaian seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* adalah pakaian harus menutup aurat, yaitu longgar tidak membentuk lekuk tubuh dan tebal tidak memperlihatkan apa yang ada dibaliknya, terutama bagi kaum hawa.[96]

---

[95] Frans Magnis-Suseno, *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), 15.
[96] Bahron Ansori, *"Etika Berpakaian dalam Islam"* (19 september 2015) dalam www.mirajnews/2015/09/etika-berpakaian-dalam-islam/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**b. Aurat Dalam Perspektif Islam**

Aurat dalam perspertif syariah Islam adalah sesuatu yang wajib ditutupi dan haram dilihat. Adapun batasan aurat laki-laki dan perempuan sebagai berikut:[97]

1) Aurat Laki-Laki:
   a) Ketika sholat adalah antara pusar dan lutut
   b) Di tempat sepi adalah Dua kemaluan (*Zakar* dan *Dzubur*)
   c) Di hadapan muhrim dan laki-laki lain antara pusar dan lutut
   d) Di hadapan istri mereka boleh menampakkan seluruh bagian tubuhnya
2) Aurat Perempuan:
   a) Di hadapan suami mereka boleh menampakkan seluruh bagian tubuhnya
   b) Di tempat sepi, di hadapan perempuan lain dan muhrimnya adalah antara pusar dan lutut
   c) Di hadapan laki-laki selain suami dan muhrim maka aurat perempuan adalah seluruh tubuh
   d) Ketika sholat aurat perempuan seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan

**c.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sensitivitas Etika**

Sensitivitas etika dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:[98]

[97] Hasan Bin Ahmad Alkaff, *Taqrirat As-sadidah* (Hadromaut: Darul Mirats An-nabawi, 2010). 204-205.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Orientasi etika
2) Komitmen professional
3) Komitmen organisasional
4) Skeptisme professional
5) Kultur lingkungan
6) Kode etik

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang sedang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut penelitian terkait dengan "Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan", diantaranya:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

| No | Nama, Tahun dan Judul | Variabel | Metode Analisis | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Amirul Afif Muhamat dkk., 2011, An Empirical Study on Banks' Clients Sensitivity Towards the Adoption of Arabic Terminology Amongst Islamic Banks (Fakultas | 1. Arabic Terminology (X1)<br>2. Sensitivity (Y) | Metodologi penelitian yang digunakan untuk studi ini adalah nature.Asample kuantitatif 100 responden yang terutama klien bank | Bahwa sebagian besar responden setuju bahwa Terminologi Arab memberikan keunggulan kompetitif bagi bank syariah, tetapi nama Arab yang menarik akan memberi mereka kesulitan dalam |

[98] Alif Zain Muttaqin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sensitivitas Etika Auditir Pemerintah", Skripsi universitas Diponogoro, 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Manajemen Bisnis, University Teknologi MARA, Shah Alam, Malaysia).[99] | | | memperoleh informasi cepat dan pemahaman terhadap produk. |
| 2 | Mega Rosalia dan Parjono, Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang.[100] | 1. Desain Produk (X1)<br>2. Citra Merek (X2)<br>3. Warna Produk (X3)<br>4. Loyalitas konsumen (Y) | Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif | Atribut Produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen |
| 3 | Setiadi Nugroho Dkk, 2013, Kreatifitas Busana Muslim Di Kalangan Hijabers di Sukabumi: Studi Empiris Atribut Busana Muslim.[101] | 1. Persepsi Keberadaan Hijabers Community<br>2. Atribut Produk | Motode Survey Dengan Menggunakan Skala Numerikal | Batas efesiensi tertinggi suatu butik tergantung pada merek, kemasan, kualitas dan desain. |
| 4 | Ega Megarina Iswarini dan Siti Mutmainah, 2013, Pengaruh Penalaran Etis dan Faktor-Faktor Pribadi | 1. Penalaran Etis (X1)<br>2. Orientasi Etis (X2)<br>3. *Locus Of Control* (X3)<br>4. Faktor | metode statistik regresi berganda (multiple regression) | Penalaran Etis, Orientasi Etis, *Locus Of Control*, dan Faktor Demografis memiliki pengaruh positif |

[99] Amirul Afif Muhamat dkk., "An Empirical Study on Banks' Clients Sensitivity Towards the Adoption of Arabic Terminology Amongst Islamic Banks" (Fakultas Manajemen Bisnis, University Teknologi MARA, Shah Alam, Malaysia) dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Vol. 4 No. 4, 2011

[100] Mega Rosalia dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". Dalam *E-Journal UNESA.*

[101] Setiadi Nugroho Dkk, "Kreatifitas Busana Muslim Di Kalangan Hijabers di Sukabumi: Studi Empiris Atribut Busana Muslim", dalam *Jurnal Universitas Widyatama, 2013.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Terhadap Sensitivitas Etis Pada Mahasiswa Akuntansi.[102] | Demografis (X4)<br>5. Sensitivitas Etika (Y) | | signifikan terhadap Sensitivitas Etika |
| 5 | Syaikhul Falah, 2006, Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda).[103] | 1. Budaya Etis Organisasi (X1)<br>2. Orientasi Etika (X2)<br>3. Sensitivitas Etika (Y) | Metode Path Analysis | Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Berpengaruh Terhadap Sensitivitas Etika.. |

Dari penelitian di atas dapat dilihat bahwa peneliti mengambil alur yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang akan dilakukan penulis akan lebih spesifik pada "Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan" Sehingga penelitian ini bukan mengulangi penelitian-penelitian terdahulu, tetapi penelitian ini benar-benar memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya.

## C. Kerangka Pemikiran

Dalam mengembangkan hipotesis di bawah, maka kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

[102] Ega Megarina Iswarini dan Siti Mutmainah, "Pengaruh Penalaran Etis dan Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Sensitivitas Etis Pada Mahasiswa Akuntansi", dalam *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2013, Vol 2, No 1, Hal 1-11.

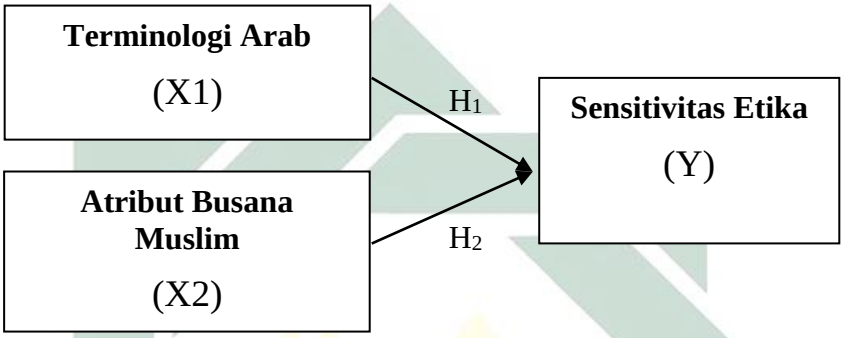
[103] Syaikhul Falah, "Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda)". *Tesis Universitas Diponogoro, 2006*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.1

kerangka pemikiran teoritis

"Pengaruh Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan"




## D. Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan atau jawaban sementara dari permasalahan penelitian yang akan dibuktikan dengan data empiris.[104] Maka berdasarkan penjelasan dari rumusan masalah, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

### 1. Terminologi Arab Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim

Bahasa merupakan alat kumunikasi manusia. Dalam menggunakannya bahasa memakai banyak cara supaya informasi yang disampaiakan sember masuk ke dalam pendengar atau pembaca. Dalam perkembangannya, bahasa Indonesia juga mengalami penyerapan dari istilah bahasa Arab, meskipun istilah bahasa Indonesia banyak dipengaruhi

[104] Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh bahasa Arab, Istilah bahasa Indonesia tidak kehilangan ciri khasnya. Masuknya istilah Arab dalam istilah bahasa Indonesia juga banyak mempengaruhi kehidupan serta komunukasi orang Indonesia. Di antara penggunaan bahasa Arab dalam Istilah bahasa Indonesia adalah dalam penyebutan istilah *Jilbab* atau *Hijab* sebagai ganti dari penggunaan istilah kerudung bagi umat islam khususnya kaum perempuan. Perubahan istilah kerudung menjadi jilbab atau hijab adalah pengaruh dari bahasa Arab. Istilah arab (*Arabic term*) yang digunakan dalam produk busana muslim mumpunyai nilai lebih dikalangan konsumen sehingga akn membuat konsumen sensitive terhadap busana muslim yang memakai istilah arab. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_1$ = Ada pengaruh positif dari variabel Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.

**2. Atribut Busana Muslim Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim**

Setiap orang islam ketika ingin menjaga etika dalam berbusana, maka dia akan memilih busana muslim memiliki atribut produk Islam. Apabila produk busana muslim yang dipilih, secara konsisten menunjukkan atribut keislaman pada produknya maka konsumen akan semakin sensitiv menggunakan busana muslim tersebut dan akan menolak untuk menggunakan busana yang tidak islami, serta merekomendasikan kepada orang terdekatnya untuk menggunakan produk busana muslim

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_2$ = Ada pengaruh positif dari variabel Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki dan Perempuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Variabel Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan pengujian hipotesis (hypothesis testing) yang merupakan penelitian dalam menjelaskan fenomena hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis ini untuk menganalisis secara empiris mengenai pengaruh trminologi Arab dan atribut produk Islam terhadap sensitivitas etika busana muslim.

variabel yang dibangun dalam penelitian ini dibedakan dalam dua kelompok konstruk atau variabel, yaitu variabel eksogen (independen) dan variable endogen (dependent).

### 1. Variabel Eksogen (Independent Variable)

Variabel independen atau varaibel bebas (variabel yang mempengaruhi) adalah faktor yang di ukur, dimanipulasi atau di pilih peneliti untuk mengungkap apakah faktor tersebut mgubah antara variabel bebas dan variabel terikat. Dijelaskan bahwa disebut variabel eksogen karena veriabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel antiseden (sebelumnya).[105] Variabel-variabel eksogen dalam penelitian ini adalah (1) terminologi Arab (2) atribut produk Islam

### 2. Variabel Endogen (Dependent Variable)

Variabel dependen atau variabel terikat (variabel yang dipengaruhi) adalah faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan ada tidaknya

[105] Suhadi Ibnu, dkk, *Dasar-Dasar Metodologi Penlitian* (Malang: Universitas Negeri Malang, t.th), 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengaruh dari variabel bebas. Dijelaskan bahwa disebut variabel endogen karena variabel ini dipengaruhi variabel sebelumnya.[106] Variabel-variabel endogen dalam penelitian ini adalah sensitivitas etika.

## B. Definisi Operasional

Definisi oprasional adalah penentuan kontuk sehingga menjadi variable yang dapat diukur.[107] Definisi oprasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoprasionalisasikan kontruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan perlikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontruk yang lebih baik. Sehubungan dengan definisi oprasional yang perlu diperhatikan adalah turunan dalam menjelaskan sebuah kensep yang melahirkan sebuah demensi-dimensi, kemudian dimensi tersebut melahirkan elemen.[108]

Alat yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur atas konstuk 'variabel' yaitu berupa skala. Skala adalah suatu instrument atau memaknisme untuk membedakan individu dalam hal terkait variable minat yang kita pelajari. Ada empat tipe skala dasar: nominal, ordinal, interval, dan rasio.[109]

### 1. Definisi Terminologi Arab

Terminologi adalah suatu upaya untuk menjelaskan pengertian dari suatu istilah, kemudian memperjelasnya sehingga tidak melenceng dari pengertian yang sebenarnya. Sehingga secara etimologi, Terminologi Arab

---

[106] Ibid.
[107] Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), 69.
[108] Yogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. (Yogyakarta: BPFE. 2010), 63.
[109] Uma Sakaran, *Research Methods for Business*; Metodologi Penelitian untuk Bisnis. (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berarti istilah-istilah Arab.[110] Terminologi Arab (istilah-istilah Arab) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah istilah-istilah Arab dalam produk Busana Muslim, seperti *jilbab, Hijab, Jubah, Gamis* Dll.

Dalam penelitian terminologi Arab peneliti menggunakan teori selera konsumen muslim dalam memilih produk busana muslim yang memakai istilah Arab (terminology arab). Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barangm jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.[111]

**2. Definisi Atribut Produk Islam**

Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, atribut tersebut berupa merek, kemasan, pembelian label, layanan pelengkap, dan jaminan.[112] Unsur yang terdapat dalam atribut produk yaitu merek, kemasan produk, label produk, desain produk, warna, kualitas produk, dan pelayanan produk.[113] Disebutkan atribut sebagai factor-faktor yang dipertimbangkan pembeli pada saat membeli produk, meliputi harga, kualitas, kelengkapan fungsi, desain, layanan purna jual,

---

[110] "*Pengertian Terminologi"* dalam www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-terminologi/
[111] Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 214.
[112] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) Edisi 2. Hal 34.
[113] William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran,* Alih Bahasa Yohannes Lamarto. (Jakarta: Erlangga, 1989) Edisi 7 Jilid 1 Hal 268.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan lainnya.[114] Atribut produk terdiri dari kualitas produk, desain, dan fitur produk.[115]

**3. Definisi Sensitivitas Etika**

Sensitivitas etika didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika pada situasi profesional. Secara intuisi, seseorang diharapkan dalam menjalankan profesinya lebih sensitif dalam memahami masalah etika profesi. Seseorang harus melaksanakan standar etika dan mendukung tujuan dari norma profesional yang merupakan salah satu aspek komitmen profesional. Komitmen yang tinggi tersebut direfleksikan dalam tingkat sensitivitas yang tinggi pula untuk masalah yang berkaitan dengan etika profesional. Jadi, sensitivitas etika merupakan kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika dari sebuah keputusan.[116]

Islam mengatur mengenai etika berpakaian yaitu dengan menutup aurat. Sebagai Muslim sudah tentu pakaian yang baik dan sopan adalah pakaian yang tidak melanggar syariat. Karena itu salah satu aturan berpakaian seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* adalah pakaian harus menutup aurat, yaitu longgar tidak membentuk lekuk tubuh dan tebal tidak memperlihatkan apa yang ada dibaliknya, terutama bagi kaum hawa.[117]

---

[114] Bilson Simamopra, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, (Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2001) Edisi 1. Hal 57.
[115] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2001) Edisi 8 Jilid 1. 350.
[116] Syaikhul Falah, "Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda)". *Tesis Universitas Diponogoro,* 2006.
[117] Bahron Ansori, *"Etika Berpakaian dalam Islam"* (19 september 2015) dalam www.mirajnews/2015/09/etika-berpakaian-dalam-islam/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## C. Indikator Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Indikator Variabel Penelitian

| No | Jenis Variabel | Variabel | Indikator |
|---|---|---|---|
| 1 | Independen | 1. Terminologi Arab (X1) | 1. Jilbab<br>2. Hijab<br>3. Gamis<br>4. Baju Taqwa |
| | | 2. Atribut Produk Islam (X2) | 1. Desain<br>2. Kualitas<br>3. Warna |
| 2 | Dependen | Sensitivitas Etika (Y) | 1. Orientasi etika<br>2. Komitmen professional<br>3. Komitmen organisasional<br>4. Kultur lingkungan |

## D. Tempat dan waktu Penelitian

### 1. Tempat penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Surabaya. Agar penelitian ini sesuai dengan apa yang diharapkan maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian, yaitu di sebagian kampus, masjid dan toko busana muslim yang ada di Surabaya.

Adapun penelitian di lokasi tersebut karena penulis berkepentingan dengan masalah ini dalam rangka penyusunan TESIS untuk meraih gelar Magister Ekonomi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunan Ampel Surabaya, dan lokasi ini mudah dijangakau penulis sehingga memudahkan bagi penulis.

**2. Waktu penelitian**

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 2 bulan, mulai bulan November sampai dengan bulan Desember 2017.

## E. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[118] Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat pengguna busana muslim di Surabaya. Koleksi data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada sampel atau individu yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriterianya adalah masyarakat pengguna busana muslim di Surabaya, yaitu individu yang menggunakan busana muslim. Kuisioner ini diberikan secara langsung kepada responden karena ruang lingkup dalam penelitian ini masih terjangkau oleh peneliti.

Sampel adalah suatu porsi atau bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,

[118] Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Bandung: ALFABETA, 2010), 61

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[119]

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui menggunakan rumus Lemeshow[120] sebagai berikut:

$$\mathbf{n = \frac{z^2 1\text{-}\alpha/2 P(1\text{-}P)}{d^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlahsampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 1\text{-}\alpha/2 P(1\text{-}P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \,.\, 0{,}5\ (1 - 0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \,.\, 0{,}25}{0.01}$$

n = 96,04 = 100

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

---

[119] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, 2012), 56.

[120] Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gajah Mada Uneversity Press, 1997), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## F. Sumber Data Penelitian

Berdasarkan cara perolehannya sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.[121]

### 1. Data Primer

Data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, observasi dan sebagainya.[122] Dan dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuisioner yang dibagikan kepada pemakai busana muslim laki-laki dan perempuan.

### 2. Data Sekunder

Adapun sumber data sekunder yang dimaksud adalah sumber data yang didapat dari dokumentasi perusahaan, buku-buku atau pustaka yang berhubungan dengan topik bahasan ini serta hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak lain. [123] Untuk data sekunder, peneliti mengumpulkannya dengan studi kepustakaan, literatur pada berbagai perpustakaan di dalam dan di luar kampus maupun pada toko-toko busana muslim

## G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penyebaran angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan

---

[121] Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Gramata Publishing,2011), 76.
[122] Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 76.
[123] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor:

Tabel 3. 2. Penetapan skor

| Indikator | Positif |
|---|---|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Ragu-Ragu | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai demografi responden penelitian dan statistik data masing-masing variabel latent. Data demografi menanyakan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan. Statistik data berisi rata-rata, standar deviasi, nilai terendah dan tertinggi dari variabel latent.

### 2. Uji Validitas

Butir kuisioner dikatakan valid jika kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk menentukan valid tidaknya kuisioner dalam penelitian menggunakan perbandingan antara *corrected item-total correlation* dengan koefisien korelasi yang ditentukan sebesar r = 0,50. Butir kuisioner dikatakan valid jika *corrected item- correlation* lebih besar dari 0,50 dan sebaliknya jika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*corrected item-total correlation* lebih kecil dari 0,50 maka dikatakan butir pertanyaan tidak valid Untuk menentukan nilai $r_{hitung,}$ dibantu dengan program SPSS 20.

**3. Uji Reliabilitas**

Bukti kuisioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuisioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuisioner dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliable jika sama dengan atau dibawah 0.60. dimana penguji reliabilitas menggunakan program SPSS 20.

Hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliable

**4. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari multikolonieritas, heteroskedastisitas dan normalitas. Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakanCara mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal *P-P*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*Plot of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi secara normal. Jika dari hasil grafik dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka residual pada model regresi terdistribusi secara normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi pada fungsi regresi adalah apabila variasi faktor pengganggu selalu sama pada data pengamatan yang satu dengan data pengamatan yang lain.[124] Jika ciri ini dipenuhi, berarti variasi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homoskedastis. Jika asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan.

Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Spearman's Rho*. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan analisis korelasi *Spearman's* antara *residual* dengan masing-masing variabel independen. Jika nilai

[124] Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikansi antara variabel independen dengan *residual* lebih dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[125]

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *tolerance* dan VIF (variance inflation factor).[126] *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena VIF = 1/*tolerance*) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai nilai VIF di atas 10. Apabila terdapat variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresinya.

[125] Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS (*Yogyakarta: Mediakom, 2013), 66.
[126] Santosa P.B dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 238.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**5. Regresi Linier Berganda**

Regresi adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.[127]

Rumus:

$\hat{Y} = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$

Dimana:

| | |
|---|---|
| $\hat{Y}$ | : Sensitivitas Etika |
| $x_1$ | : Terminologi Arab |
| $x_2$ | : Atribut Busana Muslim |
| b | : koefesien regresi variabel antara x dan Y |

**6. Uji Hipotesis**

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan terbukti atau tidak, maka digunakan perhitungan uji ststistik dengan penetapan tingkat kepercayaan.

a. Uji-F (Simultan/serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefesien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.[128] Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan:

1) Perumusan Hipotesis
2) Nilai kritis distribusi F dengan level of significant $\alpha$ = 5 %

$F_{tabel} = F\ \alpha\ ;\ _{numerator}\ ;\ _{denominator}$

$= F_{0,05}\ ;\ k\text{-}1\ ;\ n\text{-}k$

[127] Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 241.
[128] Asnawawi dan Maskhuri, *Metodologi Riset Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Kriteria penolakan atau penerimaan jika:
   a) $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka $H_1$ ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.
   b) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka $H_1$ terbukti, hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mamiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.[129]

1) Perumusan Hipotesis
2) Menentukan nilai kritis dengan *level of significant* $\alpha$ = 5%

   $t_{tabel} = t_{(\alpha/2\ ;\ -k-1)}$
3) Penentuan kritis penerimaan dan penolakan jika
   a) $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka $H_1$ ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y
   b) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka $H_1$ terbukti, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y

[129] *Ibid.*,182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN

## A. Deskripsi Responden Penelitian

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan keadaan dari sampel yang diteliti. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dan UNESA, pengunjung toko di Royal Plaza dan Jembatan Merah Plaza, pengunjuang masjid Ulul Albab Surabaya dan beberapa masjid lainnya. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data tentang keadaan responden. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mengedarkan sebanyak 300 kuesioner kepada 300 respondeng dengan pembagaian 100 responden adalah mahasiswa, 100 responden adalah pengunjung toko dan 100 responden adalah pengunjung masjid dengan pencarian responden secara kebetulan/insidental dengan menggunakan metode *sampling insidental.*

Karakteristik yang diperoleh dari pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang dijadikan sebagai responden kemudian data tersebut diklasifikasikan lalu dilakukan penghitungan dari klasifikasi tersebut, dan ditentukan berapa besar persentasenya.

Selanjutnya, data yang diperoleh disajikan dalam bentuk analisa, berikut ini adalah berapa karakteristik responden menurut jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Laki-laki | 114 | 38% |
| Perempuan | 186 | 62% |
| Jumlah | 300 | 100% |

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2007*, 2014

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagaian besar responden adalah perempuan yaitu 62% atau 186 responden dan sisanya 38% atau 114 responden adalah laki-laki.

2. **Data Jumlah Responden Bedasarkan Usia**

**Tabel 4.2**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 17-25 tahun | 111 | 37% |
| 26-35 tahun | 66 | 22% |
| 36-45 tahun | 30 | 10% |
| 46-55 tahun | 57 | 19% |
| 56-65 tahun | 36 | 12% |
| Diatas 65 tahun | - | - |
| Jumlah | 300 | 100% |

Sumber: Data Primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2007*, 2014.

Berdasarkan tabel di atas, dari 300 orang yang menjadi responden terlihat bahwa jumlah responden terbanyak yang menjadi responden berdasarkan usia adalah responden dengan tingkat usia 17-25 tahun yaitu sebanyak 111 responden dengan tingkat persentase sebesar 37% dari jumlah keseluruhan responden. Selanjutnya diikuti dengan responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan tingkat usia 26-35 tahun yaitu sebanyak 66 responden dengan tingkat persentase sebesar 22% dari jumlah keseluruhan responden. Kemudian dilanjutkan dengan responden dengan tingkat usia 46-55 tahun yaitu sebanyak 57 responden dengan tingkat persentase sebesar 19% dari jumlah keseluruhan responden. Responden dengan tingkat usia 56-65 sebanyak 36 responden dengan tingkat persentase 12% dari jumlah keseluruhan responden. Serta dengan responden dengan tingkat usia 36-45 tahun yaitu sebanyak 30 responden dengan tingkat persentase sebesar 10% dari jumlah keseluruhan responden.

**3. Data Jumlah Responden Bedasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat pendidikan yang dimaksud dalam gambaran umum responden adalah tingkat pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden. Informasi tingkat pendidikan ini cukup penting karena semakin tinggi tingkat pendidikan responden diperkirakan semakin tinggi tingkat pengetahuannya tentang sensitivitas etika berbusana muslim. Adapun data dan persentase mengenai pendidikan responden adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**Tabel 4.3**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| Tingkat Pendididkan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---|---|---|
| SD | 0 | 0% |
| SMP | 15 | 5% |
| SMA/Sederajat | 45 | 15% |
| Diploma (D1, D2, D3) | 60 | 20% |
| S-1 | 120 | 40% |
| S-2 | 45 | 15% |
| S-3 | 15 | 5% |
| Jumlah | 300 | 100% |

Sumber: Data Primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2007*, 2014.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahu bahwa responden paling banyak menempuh pendidikan terakhir S-1 dengan jumlah 120 responden dengan tingkat persentase sebesar 40% dari jumlah seluruh responden. Kedua ditempati oleh responden berpendidikan terakhir Diploma yang berjumlah 60 responden dengan tingkat persentase sebesar 20%. Selanjutnya diurutan ketiga diiukuti dengan responden berpendidikan terakhir SMA dan S-2 yang masing-masing berjumlah 45 responden dengan tingkat persentase sebesar 15% dari keseluruhan jemlah responden. Dan diurutan keempat yaitu responden dengan berpendidikan terakhir SMP dan S-3 yang berjumlah 15 responden dengan tingkat persentase sebesar 5% dari jumlah keseluruhan responden.

## B. Data Hasil Kuisioner Responden

Untuk mengetahui keunggulan masing-masing variabel dalam penelitian, maka perlu juga kita lihat hasil dari kuisioner yang disebarkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut hasil kuisioner dari beberapa variabel dan indikator yang peneliti sebarkan kepada responden.

1. Variabel Terminologi Arab (X1)

Variabel terminologi arab dalam penelitian ini memiliki pernyataan. Pernyataan itu sebagaimana berikut

| NO | PERNYATAAN |
|---|---|
| 1 | Nama *jilbab* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab |
| 2 | Nama *hijab* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab |
| 3 | Nama *gamis* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab |
| 4 | Nama *taqwa* memberikan dorongan untukmembeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab |
| 5 | Pengelola industri busana muslim harus mengembangkan penggunaan istilah Arab dalam produknya |

Hasil dari pernyataan variabel X1 yang disampaikan kepada responden adalah sebagaimana berikut

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Variabel X1

| Jawaban Responden | Pernyataan | | | | | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | | |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 1 | 4 | 3 | 0 | 8 | 0,5% |
| Tidak Setuju | 2 | 15 | 6 | 29 | 4 | 56 | 3,7% |
| Ragu-Ragu | 156 | 118 | 106 | 90 | 65 | 535 | 35,7% |
| Setuju | 125 | 147 | 167 | 160 | 182 | 781 | 52,1% |
| Sangat Setuju | 17 | 19 | 17 | 18 | 49 | 120 | 8% |
| Total | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1500 | 100% |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari 5 pernyataan yang disampaikan responden bahwa nama *jilbab* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab ada 0 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 2 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 156 responden menyatakan ragu-ragu, 125 responden menyatakan setuju dan 17 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kedua tentang nama *hijab* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab ada 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 15 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 118 responden menyatakan ragu-ragu, 147 responden menyatakan setuju dan 19 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan ketiga tentang nama *gamis* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab ada 4 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 6 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 106 responden menyatakan ragu-ragu, 167 responden menyatakan setuju dan 17 responden menyatakan sangat setuju. Pernyatan keempat tentang nama *taqwa* memberikan dorongan untuk membeli, memiliki dan menggunakan karena menggunakan istilah arab ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 29 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 90 responden menyatakan ragu-ragu, 160 responden menyatakan setuju dan 18 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kelima tentang pengelola industri busana muslim harus mengembangkan penggunaan istilah Arab dalam produknya ada 0 orang yang menyatakan sangat tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setuju, 4 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 65 responden menyatakan ragu-ragu, 182 responden menyatakan setuju dan 49 responden menyatakan sangat setuju.

2. Variabel Atribut Busana Muslim (X2)

Variabel atribut vusana muslim dalam penelitian ini memiliki 6 pernyataan. Pernyataan itu sebagaimana berikut

| NO | PERNYATAAN |
|---|---|
| 1 | Desain busana muslim mempunyai karakter islami |
| 2 | Desain busana muslim di Indonesia sesuai dengan perspektif syariah Islam |
| 3 | Desain busana muslim menarik dan nyaman dipakai |
| 4 | Pernak pernik (kanik) busana muslim sesuai dengan selera konsumen dan syariat islam |
| 5 | Model Busana muslim banyak dan lengkap |
| 6 | Warna busana muslim sesuai selera konsumen dan syariat islam |

Hasil dari pernyataan variabel X2 yang disampaikan kepada responden adalah sebagaimana berikut

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Variabel X2

| Jawaban Responden | Pernyataan | | | | | | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | | |
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0,1% |
| Tidak Setuju | 9 | 3 | 13 | 9 | 16 | 14 | 64 | 3,6% |
| Ragu-Ragu | 55 | 69 | 47 | 67 | 89 | 87 | 414 | 23% |
| Setuju | 173 | 187 | 196 | 179 | 161 | 153 | 1049 | 58,3% |
| Sangat Setuju | 63 | 41 | 43 | 45 | 34 | 46 | 272 | 15% |
| Total | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1800 | 100% |

Dari 6 pernyataan yang disampaikan responden bahwa Desain busana muslim mempunyai karakter islami ada 0 orang yang menyatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat tidak setuju, 9 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 55 responden menyatakan ragu-ragu, 173 responden menyatakan setuju dan 63 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kedua tentang Desain busana muslim di Indonesia sesuai dengan perspektif syariah Islam ada 0 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 69 responden menyatakan ragu-ragu, 187 responden menyatakan setuju dan 41 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan ketiga, desain busana muslim menarik dan nyaman dipakai ada 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 13 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 47 responden menyatakan ragu-ragu, 196 responden menyatakan setuju dan 43 responden menyatakan sangat setuju. Pernyatan keempat tentang Pernak pernik (kanik) busana muslim sesuai dengan selera konsumen dan syariat islam ada 0 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 9 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 67 responden menyatakan ragu-ragu, 179 responden menyatakan setuju dan 45 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kelima, model busana muslim banyak dan lengkap 0 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 16 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 89 responden menyatakan ragu-ragu, 161 responden menyatakan setuju dan 34 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan keenam tentang warna busana muslim sesuai selera konsumen dan syariat islam 0 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 14 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 87 responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan ragu-ragu, 153 responden menyatakan setuju dan 46 responden menyatakan sangat setuju.

3. Variabel Sensitivitas Etika Busana Muslim (Y)

Variabel sensitivitas erika busana muslim dalam penelitian ini memiliki 5 pernyataan. Pernyataan itu sebagaimana berikut

| NO | PERNYATAAN |
|---|---|
| 1 | Memakai busana muslim untuk menutupi aurat |
| 2 | Memakai busana muslim karena mengikuti tren fashion |
| 3 | Memakai busana muslim dengan memepertimbangkan keserasian |
| 4 | Memakai busana muslim karena faktor lingkungan |
| 5 | Memakai busana muslim untuk lebih kelihatan keislamannya |

Hasil dari pernyataan variabel Y yang disampaikan kepada responden adalah sebagaimana berikut

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Variabel Y

| Jawaban Responden | Pernyataan | | | | | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | | |
| Sangat Tidak Setuju | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 13 | 0,9% |
| Tidak Setuju | 38 | 24 | 32 | 15 | 20 | 129 | 8,6% |
| Ragu-Ragu | 121 | 161 | 141 | 137 | 136 | 696 | 46,4% |
| Setuju | 123 | 101 | 104 | 125 | 123 | 576 | 38,4% |
| Sangat Setuju | 15 | 11 | 21 | 22 | 17 | 86 | 5,7% |
| Total | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1500 | 100% |

Dari 5 pernyataan yang disampaikan responden bahwa memakai busana muslim untuk menutupi aurat ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 38 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 121 responden menyatakan ragu-ragu, 123 responden menyatakan setuju dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

15 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kedua tentang memakai busana muslim karena mengikuti tren fashion ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 24 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 161 responden menyatakan ragu-ragu, 101 responden menyatakan setuju dan 11 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan ketiga tentang memakai busana muslim dengan mempertimbangkan keserasian ada 2 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 32 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 141 responden menyatakan ragu-ragu, 104 responden menyatakan setuju dan 21 responden menyatakan sangat setuju. Pernyatan keempat tentang memakai busana muslim karena faktor lingkungan ada 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 15 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 137 responden menyatakan ragu-ragu, 125 responden menyatakan setuju dan 22 responden menyatakan sangat setuju. Pernyataan kelima tentang Memakai busana muslim untuk lebih kelihatan keislamannya ada 4 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 20 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 136 responden menyatakan ragu-ragu, 123 responden menyatakan setuju dan 17 responden menyatakan sangat setuju.

## C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir-butir pertanyaan dari hasil kuesioner. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*Corrected Item-Total Correlation*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti (butir soal) valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti (butir soal) tidak valid. Uji ini pada SPSS 20 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan nilai $r_{hitung}$ untuk masing-masing pertanyaan. Apabila $r_{hitung}$ berada di atas $r_{tabel}$ berarti valid.[130] Dengan demikian, jika $r_{hitung} > 0,114$ berarti pernyataan tersebut valid, dan jika $r_{hitung} < 0,114$ berarti tidak valid.

a. Terminologi Arab

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Terminologi Arab

| No | Variabel Terminologi Arab | R | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | P1 | 0.493 | Valid |
| 2 | P2 | 0.563 | Valid |
| 3 | P3 | 0.581 | Valid |
| 4 | P4 | 0.432 | Valid |
| 5 | P5 | 0.358 | Valid |

Sumber: hasil olahan SPSS

Uji validitas pada variabel kecerdasan emosional dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai *Corrected Item – Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari $r_{tabel}$ 0,114. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel kecerdaan emosional.

[130]Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kedua (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Atribut Busana Muslim

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Busana Muslim

| No | Atribut Busana Muslim | R | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | P1 | 0.409 | Valid |
| 2 | P2 | 0.486 | Valid |
| 3 | P3 | 0.462 | Valid |
| 4 | P4 | 0.496 | Valid |
| 5 | P5 | 0.343 | Valid |
| 6 | P6 | 0.477 | Valid |

sumber: hasil olahan SPSS

Uji validitas pada variabel kinerja dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai *Corrected Item – Total Correlation* masing-masing item pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari $r_{tabel}$ 0,114. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur kepuasan responden.

c. Sensitivitas Etika Busana Muslim

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Busana Muslim

| No | Sensitivitas Etika Busana | R | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | P1 | 0.598 | Valid |
| 2 | P2 | 0.689 | Valid |
| 3 | P3 | 0.561 | Valid |
| 4 | P4 | 0.751 | Valid |
| 5 | P5 | 0.667 | Valid |

Sumber: hasil olahan SPSS

Uji validitas pada variabel kinerja dapat dilihat di atas, tampak bahwa nilai *Corrected Item – Total Correlation* masing-masing item

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertanyaan menunjukkan angka yang melebihi dari $r_{tabel}$ 0,114. Hal tersebut berarti masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur kepuasan responden.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0,60.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

| Varibel | *Cronbach Alpha* | Keterangan |
|---|---|---|
| Terminologi Arab | 0,725 | Reliabel |
| Atribut Busana Muslim | 0,711 | Reliabel |
| Sensitivitas Etika Busana Muslim | 0,845 | Reliabel |

Sumber: Hasil olahan SPSS (terlampir)

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel di atas, tampak bahwa nilai Cronbach *Alpha* masing-masing variabel menunjukkan angka yang melebihi dari 0,60. Hal tersebut berarti semua variabel dalam penelitian ini adalah reliable.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapat itu bisa diterima, maka perlu melakukan pengujian terhadap kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik. Adapun asumsi klasik dalam kasus ini :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal grafik normal yaitu dengan uji one sample kolmogorov sminov. KS digunakan untuk mengetahui apakah distribusi risedual terdistibusi normal atau tidak, resedual berdistribusi normal jika nilai signifkansi lebih dari 0,05

Tabel : 4.11
Uji Normalaitas KS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 300 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.25837518 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .060 |
| | Positive | .036 |
| | Negative | -.060 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.047 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .223 |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan perhitungan Kolmogror Smirnov Z test sudah menunjukkan distribusi yang normal pada model yang digunakan dengan nilai 2-tailed pada variabel Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim yaitu 0,223 lebih besar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari 0,05 dengan hasil pengujian normalitas dapat dilakukan pengujian hipotesis.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel bebas, metode uji multikolonieritas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation Factor (VIF)

Tabel : 4.12
Uji Multikolonieritas

**Coefficients[a]**

| Model | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| Terminologi Arab | ,646 | 1,548 |
| Atribut Busana Muslim | ,646 | 1,548 |

a. Dependent Variable: Sensitivitas Etika Busana Musli,

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan progran SPSS, menunjukkan bahwa nilai dari tolerance dan VIF untuk variabel Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim menunjukkan nilai yang sama. Dari kriteria pengujian multikolonieritas menunjukkan bahwa semua nilai tolerance lebih besar dari nilai default yang ditentukan sebesar 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim 0,646 lebih besar dari pada 0,10 dengan kseimpulan bahwa dalam uji multikolinieritas, telah memenuhi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persyaratan ambang toleransi dan nilai VIF, artinya bahwa variabel bebas terhadap variabel terikat tidak terjadi multikolonieritas. Dengan demikian dapat dilakukan kepada langkah perhitungan selanjutnya yaitu uji heteroskodestisitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diuji koefisien korelasi Rank Sperman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas, bila probabilitas hasil korelasi lebil kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas, untuk lebih jelasnya dapat dilihat table dibawah ini :

Tabel : 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

| | | | CAR | NPF |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | Terminologi Arab | Correlation Coefficient | 1,000 | ,005 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,973 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Atribut Busana Muslim | Correlation Coefficient | ,005 | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,973 | . |
| | | N | 50 | 50 |
| | Sensitivitas Etika Busana Muslim | Correlation Coefficient | ,181 | ,281 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,208 | ,055 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | ,067 | ,066 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,643 | ,647 |
| | | N | 50 | 50 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | ROA | Unstandardized Residual |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | Terminologi Arab | Correlation Coefficient | ,181 | ,067 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,208 | ,643 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Atribut Busana Muslim | Correlation Coefficient | ,281 | ,066 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,055 | ,647 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Sensitivitas Etika Busana Muslim | Correlation Coefficient | 1,000 | ,837* |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | ,837 | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel hasil heterokedastisitas diatas dapat diketahui nilai signifikan dari variabel independen yang terdiri dari Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim lebih besar dari 0,05 (0,973 dan 0,055 > 0,05) dengan demikian dapat diasumsikan tidak terjadi heterokedastisitas dan dapat dilakukan kepada langkah perhitungan selanjutnya yaitu uji Autokorelasi

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara Terminologi Arab (X1) dan Atribut Busana Muslim (X2) terhadap Sentivitas Etika Busana Muslim, dengan dibantu program SPSS V.20. dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

Tabel : 4.14
Hasil model regresi linier berganda

| Model | Koefisiesiensi berganda |
|---|---|
| Konstanta | 0,576 |
| Terminologi Arab (X1) | 0,682 |
| Atribut Busana Muslim (X2) | 0,173 |

Sumber : hasil olahan SPSS (terlampir)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

Y = 0,576 + 0,682 X1+ 0,173 X2

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa :

a. Nilai konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 0,576 hal ini menunjukkan bahwa besarnya Sensitivitas Etika Busana Muslim (Y) adalah 0,576 jika variabel Terminologi Arab (X1) dan Atribut Busana Muslim (X2) adalah bernilai 0.
b. Koefisien regresi pada variabel Terminologi Arab (X1) adalah positif yaitu sebesar 0,682 artinya bahwa setiap penigkatan variabel Terminologi Arab (X1) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap Y sebesar 0,682 dengan asumsi variabel X2 adalah konstanta.
c. Koefisiensi regresi pada variabel Atribut Busana Muslim (X2) adalah positif yaitu sebesar 0,173 artinya bahwa setiap peningkatan variabel X2 yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap Y sebesar 0,173 dengan asumsi variabel X1 adalah konstanta.

5. Pengujian Hipotesis
   a. Uji-F (Simultan/Serempak)

      Uji simultan bertujuan untuk menguji apakah antara variabel Terminologi Arab (X1) dan Atribut Busana Muslim (X2) berpengaruh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara simultan terhadap variabel Sensitivitas etika Busana Muslim (Y) hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel : 4.15
Hasil Uji Simultan

**ANOVA[b]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 1127.859 | 2 | 563.930 | 109.829 | .000[a] |
| | Residual | 1524.977 | 297 | 5.135 | | |
| | Total | 2652.837 | 299 | | | |

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas Fhitung yang dihasilkan sebesar 109,929 dengan p-value (sig ) sebesar 0,000 kurang dari 5%, hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh antara Terminologi Arab (X1) dan Atribut Busana Muslim (X2) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim (Y)

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel : 4.16
hasil uji t

**Coefficients[a]**

| Model | | Standardized Coefficients | | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Beta | T | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | .481 | .631 | | |
| | X1 | .545 | 9.966 | .000 | .646 | 1.548 |
| | X2 | .158 | 2.888 | .004 | .646 | 1.548 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka berdasarkan tabel diatas dapat menunjukkan bahwa variabel Terminologi Arab (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim (Y), karena p-value atau tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 5% (sig=0,05) dan Atribut Busana Muslim (X2) secara parsial juga berpengaruh secara signifikan terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim (Y), karena p-value atau tingkat signifikan yang dihasilakn lebih dari 5% (sig = 0,05).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB V

# PEMBAHASAN

## A. Apakah Terminologi Arab Berpengaruh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim dengan T sebesar 9,966 dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis ke-1 teruji kebenarannya.

Terminologi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah istilah-istilah Arab dalam produk busana muslim, seperti *jilbab, Hijab, Gamis* dan *Taqwa*. Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim akan selalu dikaitkan kegiatan-kegiatannya dengan nilai-nilai islam, termasuk juga dalam masalah berbusana. Berbusana dengan islami dengan penggunaan pakaian islami yang sebagaimana menurut Muhammad Abduh menggunakan pakaian yang sesuai dengan syariat islam.

Banyak pakaian-pakaian yang sesuai dengan syariat islam, seperti jilbab, hijab, gamis dan baju taqwa. Penggunaan terminologi arab seperti kata-kata tersebut menjadi tidak asing lagi di telinga penduduk Indonesia, karena terlalu seringnya masyarakat Indonesia berintraksi dengan hal-hal tersebut. Selain itu penggunaan istilah-istilah tersebut menunjukkan penilaian seseorang terhadap pribadi penggunannya. Sehingga ada faktor keislaman yang melekat bagi pengguna pakaian-pakaian dengan istilah tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Kotler ada tiga hal yang mempengaruhi penggunaah terminologi arab tersebut : [131]

1. Nilai guna (utility) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dan income konsumen dan ketersediaan barang dipasar.
3. Kecendrungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat.

Dari ketiga faktor di atas maka faktor ketigalah yang mempengaruhi seseorang dalam penggunaan terminologi arab sebagai bagian dari kehidupannya

**B. Apakah Atribut Busana Muslim Berpengatuh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan?**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai atribut busana muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim dengan T sebesar 2,888 dan signifikansi sebesar 0,004, sehingga hipotesis ke-2 teruji kebenarannya.

Selain penggunaan istilah terminologi arab sebagaimana telah dijelaskan di atas, atribut busana muslim menjadi hal selanjutnya yang mempengaruhi sensitivitas etika busana muslim. Penggunaan atribut busana

[131] Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Rajawali Pres, 2007), 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muslim menjadi sebuah pencirian yang akan selalu dikaitkan dengan keberadaan muslim itu sendiri.

Konsumen memilih sebuah produk, didasari adanya penilaian positif terhadap atributnya. Atribut produk merupakan salah satu alasan yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk. Semakin atribut suatu produk sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka akan menimbulkan minat untuk membeli. Semakin baik kinerja atribut pada suatu produk maka konsumen akan puas. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, maka akan berdampak pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali produk tersebut. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan pada atribut suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk tidak membeli kembali produk tersebut.[132]

Produk busana muslim memiliki beragam desain dan terus berusaha memberikan yang terbaik untuk kepuasan pelanggannya melihat kompetitor seperti Tuneeca, Dannies dan Tasmatas semakin gencar mempromosikan produknya. Oleh karena itu, agar konsumen tetap setia memilih produk busana muslim, Produk busana muslim selalu berusaha memberikan inovasi untuk kepuasan pelanggannya, yaitu dengan selalu meningkatan kualitas atribut produknya yang dibuktikan melalui desain, citra merek, serta warna produknya yang selalu mengalami perbaikan. Desain produk busana muslim saat ini beraneka ragam mengingat perkembangan kebutuhan konsumen

[132] Mega Rosalia dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". *Dalam E-Journal UNESA.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin meningkat terhadap desain produk. Produk busana muslim memiliki banyak variasi desain dan warna produk. Desain produk busana muslim yang dihasilkan sangat menarik, apalagi disesuaikan dengan warna yang serasi atau perpaduan antar warna berbeda ditambah motif yang unik.

Hal tersebutlah yang kemudian menjadikan pakaian busana menjadi bukan hanya sekedar pakaian saja, tetapi juga menjadi fashion dalam masyarakat terutama bagi kalangan muslim. Bahkan pakaian muslim saat ini menjadi mode fashion yang tak kalah menarik dengan mode fashion lainnya.

**C. Apakah Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim Berpengaruh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan?**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim, dengan F sebesar 109,829 dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis ke-3 teruji kebenarannya.

Sensitivitas etika dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika pada situasi profesional. Secara intuisi, seseorang diharapkan dalam menjalankan profesinya lebih sensitif dalam memahami masalah etika profesi. Seseorang harus melaksanakan standar etika dan mendukung tujuan dari norma profesional yang merupakan salah satu aspek komitmen profesional. Komitmen yang tinggi tersebut direfleksikan dalam tingkat sensitivitas yang tinggi pula untuk masalah yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkaitan dengan etika profesional. Jadi, sensitivitas etika merupakan kemampuan untuk mengakui sifat dasar etika dari sebuah keputusan.[133]

Etika dalam pembahasan hal ini lebih kepada etika dalam islam. Islam mengatur mengenai etika berpakaian yaitu dengan menutup aurat. Sebagai Muslim sudah tentu pakaian yang baik dan sopan adalah pakaian yang tidak melanggar syariat. Karena itu salah satu aturan berpakaian seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* adalah pakaian harus menutup aurat, yaitu longgar tidak membentuk lekuk tubuh dan tebal tidak memperlihatkan apa yang ada dibaliknya, terutama bagi kaum hawa.[134]

Melihat hal tersebut tentu kesensitivan dalam berpakaian dilihat dari bagaimana cara berpakaiannya, sehingga semakin bagus pakaiannya (atribut islaminya), maka akan semakin dianggap baik pula sensitivitas berpakaiannya.

**D. Variabel Apakah Yang Memiliki Pengaruh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan?**

Hasil dari persamaan regresi menunjukkan nilai terminologi arab sebesar 0,682 dan nilai dari Atribut Busana Muslim sebesar 0,173. Hal tersebut menunjukkan bahwa terminologi arab meruapakan hal yang sangat mempengaruhi terhadap sensitivitas etika busana muslim.

Penggunaan istilah arab merupakan penanda bagi sekumpulan hukum-hukum sosial yang berhubungan dengan posisi seseorang dalam sistem islam

---

[133] Syaikhul Falah, *Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda)*. Tesis Universitas Diponogoro, 2006.
[134] Bahron Ansori, *"Etika Berpakaian dalam Islam"* (19 september 2015) dalam www.mirajnews/2015/09/etika-berpakaian-dalam-islam/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan yang disyariatkan Allah SWT agar menjadi benteng kokoh yang mampu melindungi seseorangn, menjadi pagar pelindung yang mampu melindungi msyarakat dari fitnah, dan menjadi *Framework* yang mengatur fungsi muslim sebagai pembentuk generasi masa depan.[135]

Selain itu Al-Biqo'i berpendapat jika seseorang menyebutkan nama antara jilbab dan niqab, maka seseorang akan cenderung berpikiran bahwa orang yang menggunakan niqab merupakan orang yang keislamannya lebih mendalam dari pada orang yang menggunakan jilbab. Sehingga penggunaan istilah itu menjadi tolak ukur keislaman seseorang. [136]

**E. Indikator Apakah Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim Laki-Laki Dan Perempuan?**

Variabel sensitivitas erika busana muslim memiliki 5 indikator. 5 indikator tersebut sebagaimana berikut

| NO | PERNYATAAN |
|---|---|
| 1 | Memakai busana muslim untuk menutupi aurat |
| 2 | Memakai busana muslim karena mengikuti tren fashion |
| 3 | Memakai busana muslim dengan memepertimbangkan keserasian |
| 4 | Memakai busana muslim karena faktor lingkungan |
| 5 | Memakai busana muslim untuk lebih kelihatan keislamannya |

[135] Ibrahim Abd Al-Muqtadir, *Wanita Berjilbab vs Wanita Pesolek*, (Jakarta: AMZAH, 2007), 29.
[136] Nur Faizin Muhith, *Definisi Jilbab Dalam Al-Qur'an dan Jilbab Zaman Sekarang* (Kairo, 13 Agustus 2002) dalam www.indojilbab.com/content/42-definisi-jilbab-dalam-al-quran-dan-jilbab-zaman-sekarang/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil dari pernyataan variabel Y yang disampaikan kepada responden adalah sebagaimana berikut

| Jawaban Responden | Pernyataan | | | | | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | | |
| Sangat Tidak Setuju | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 13 | 0,9% |
| Tidak Setuju | 38 | 24 | 32 | 15 | 20 | 129 | 8,6% |
| Ragu-Ragu | 121 | 161 | 141 | 137 | 136 | 696 | 46,4% |
| Setuju | 123 | 101 | 104 | 125 | 123 | 576 | 38,4% |
| Sangat Setuju | 15 | 11 | 21 | 22 | 17 | 86 | 5,7% |
| Total | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1500 | 100% |

Dari 5 indikator tersebut ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju memakai busana muslim untuk menutupi aurat ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 38 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 121 responden menyatakan ragu-ragu, 123 responden menyatakan setuju dan 15 responden menyatakan sangat setuju. Indikator kedua tentang memakai busana muslim karena mengikuti tren fashion ada 3 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 24 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 161 responden menyatakan ragu-ragu, 101 responden menyatakan setuju dan 11 responden menyatakan sangat setuju. Indikator ketiga tentang memakai busana muslim karena keserasian ada 2 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 32 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 141 responden menyatakan ragu-ragu, 104 responden menyatakan setuju dan 21 responden menyatakan sangat setuju. Indikator keempat tentang seseorang lebih suka memakai busana muslim karena faktor lingkungan ada 1 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 15 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 137 responden menyatakan ragu-ragu, 125 responden menyatakan setuju dan 22 responden menyatakan sangat setuju. Dan indikator

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelima tentang memakai busana muslim untuk lebih kelihatan keislamannya ada 4 orang yang menyatakan sangat tidak setuju, 20 orang responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 136 responden menyatakan ragu-ragu, 123 responden menyatakan setuju dan 17 responden menyatakan sangat setuju.

Dari 5 indikator tersebut indikator keempat yakni memakai busana muslim karena faktor lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya muslim di Indonesia menjadi penyebab utama banyaknya penggunaan atribut islam. Hal ini menunjukkan masih kurang sadarnya umat muslim khususnya di Indonesia dalam menggunakan busana muslim sebagau pelindung dirinya dan sebagai ketaatan umat muslim kepada rabbnya.

Saran peneliti alangkah baiknya para dai menjelaskan bagaimana pentingnya penggunaan atribut muslim dan apa saja manfaat bagi penggunanya. Selain itu juga pemerintah ataupun dai dan yang lainnya juga menjelaskan bagaimana cara menggunakan atribut pakaian muslim yang benar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB VI

# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim dengan T sebesar 9,966 dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis ke-1 teruji kebenarannya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim dengan T sebesar 2,888 dan signifikansi sebesar 0,004, sehingga hipotesis ke-2 teruji kebenarannya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari nilai Terminologi Arab dan Atribut Busana Muslim terhadap Sensitivitas Etika Busana Muslim, dengan F sebesar 109,829 dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis ke-3 teruji kebenarannya.
4. Hasil dari persamaan regresi menunjukkan nilai terminologi arab sebesar 0,682 dan nilai dari Atribut Busana Muslim sebesar 0,173. Hal tersebut menunjukkan bahwa terminologi arab meruapakan hal yang sangat mempengaruhi terhadap sensitivitas etika busana muslim.
5. Dari 5 indikator tersebut indikator ketiga yakni memakai busana muslim karena faktor lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya muslim di Indonesia menjadi penyebab utama banyaknya penggunaan atribut islam. Hal ini menunjukkan masih kurang sadarnya umat muslim

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khususnya di Indonesia dalam menggunakan busana muslim sebagau pelindung dirinya dan sebagai ketaatan umat muslim kepada rabbnya.

## B. Saran

1. Disarankan bagi pengelola industri busana muslim dan pihak yang berkaitan untuk mempertahan dan mengembangkan penggunaan terminologi arab dalam busana muslim.
2. Alangkah baiknya para dai menjelaskan bagaimana pentingnya penggunaan atribut muslim dan apa saja manfaat bagi penggunanya.
3. Pemerintah ataupun dai dan yang lainnya juga menjelaskan bagaimana cara menggunakan atribut pakaian muslim yang benar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**DAFTAR PUSTAKA**

Al-Qur'an dan Terjemahannya , waqof dari pelayan tanah suci Raja Abdullah bin Abdul Aziz Ali Sa'ud, tidak diperjualbelikan, 1418 H., /1998 M.

Abaady, Fairuz, *Qomus Al-Muhith*, Bairut: Darul Hadits, 2003

Afifuddin, Muhammad, "Rambu-Rambu Berpakaian", *Asy Syariah Edisi 089* (14 Juli 2013)

Al-Asqolani, Ibnu Hajar, *Fathul Bari Bi Syarhi Shohih Al-Bukhori*, Bairut: Darul Ma'rifah

Al Barik, Haya Binti Mubarok, *Ensiklopedi Wanita Muslimah*, Jakarta: Darul Falah, 2001

Alkaff, Hasan Bin Ahmad, *Taqrirat As-sadidah*, Hadromaut: Darul Mirats An-nabawi, 2010

Al-Muqtadir, Ibrahim Abd, *Wanita Berjilbab vs Wanita Pesolek*, Jakarta: AMZAH, 2007

Ali, Muhammad bin Muhammad, *Hijab Pakaian Penutup Aurat Istri Nabi SAW*, Jakarta: PT. Buku Kita, 2008

Amin, Ahmad, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Jakarta: Bulan Bintang, 1975

An-Nabhani, Taqiyuddin, *An-Nizam Al-Ijtima'I fil Islam*

An-Nawawi, Yahya Bin Syaraf, *Riyadhus Sholihin*, Surabaya: Syirkah Bungkul Indah

Ansori, Bahron, *"Etika Berpakaian dalam Islam"* (19 september 2015) dalam www.mirajnews/2015/09/etika-berpakaian-dalam-islam/

Asnawawi dan Maskhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011

Bahammam, Fahd Salim, *Pakaian Dalam Islam (ILLUSTRASI)*, Google Book, 2015

Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya: 2013

Elyonsa, "Analisis Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Kapal Api (Studi Kasus Mahasiswa FEIS UIN Jakarta)". Dalam *Skripsi FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2010

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Falah, Syaikhul, *Pengaruh Budaya Etis Organisasi dan Orientasi Etika Terhadap Sensitivitas Etika (Studi Empiris Tentang Pemeriksa internal Bawasda)*. Tesis Universitas Diponogoro, 2006.

Firdaus, Muhammad, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004

Gamis Syar'i, "*Apa Itu Gamis*" dalam www.gamissyaricantik.net/2016/10/apa-itu-gamis/

Hadi, Ahmad Abdullah, Keindahan Islam dalam www.tausyiahaditya.blogspot.com/2012/6/pakaian-taqwa-adalah-pakaian-yang.html/

Hemalini, Novita, "Pengaruh Bahasa Arab dalam Pembentukan Kosakata Pada Media Massa Indonesia (Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya,Universitas Indonesia)", dalam *Makalah Non Seminar*. 20 Desember 2013.

Hudi, "Dampak Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok" dalam *Jurnal Likithapradnya*. September 2008

Ibn Haj, Mulhandy, dkk., *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, Bandung: Espe Press, 1986

Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 2002

Iswarini, Ega Megarina dan Mutmainah, Siti, "Pengaruh Penalaran Etis dan Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Sensitivitas Etis Pada Mahasiswa Akuntansi", dalam *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2013

Iwan, Asep, *Asal Mula Pakaian Muslim Bernama Baju Koko*, (kompasiana.com 16 Juli 2013).

Karim, Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Rajawali Pres, 2007

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, "Fesyen Muslim Indonesia", Warta Ekspor (Edisi April 2015)

Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Jakarta: Kanisius, 1991

Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998

Kotler, Philip, Alih Bahasa Susanto A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2003

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Prenhallindo, 2000

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009

Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007

Lemeshow, Stanley, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Gajah Mada Uneversity Press, 1997

Magnis-Suseno, Frans, *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*, Yogyakarta: Kanisius, 1987

Mandur, Ibnu, *Lisanul Arab*, Bairut: Dar sadir

Maulana, Ana, "*Fenomena Pakaian Remaja Modern Yang Berjilbab Tapi Telanjang*" dalam www.dullhariz.blogspot.co.id/p/fenomena-pakaian-remaja-modern-yang.html

Muhamat, Amirul Afif dkk., "An Empirical Study on Banks' Clients Sensitivity Towards the Adoption of Arabic Terminology Amongst Islamic Banks" (Fakultas Manajemen Bisnis, University Teknologi MARA, Shah Alam, Malaysia) dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 2011

Muhith, Nur Faizin, *Definisi Jilbab Dalam Al-Qur'an dan Jilbab Zaman Sekarang* (Kairo, 13 Agustus 2002) dalam www.indojilbab.com/content/42-definisi-jilbab-dalam-al-quran-dan-jilbab-zaman-sekarang/

Muhyidin, Muhammad, *Membelah Lautan Jilbab*, Yogyakarta: DIVA Press, 2008

Muttaqin, Alif Zain, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sensitivitas Etika Auditir Pemerintah", Skripsi universitas Diponogoro, 2014

Mustami, Ahmad, "Pendidikan Islam Dalam Peradaban Industi Fashion" dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 12, No. 1, (Juni 2015)

Nugroho, Eko, *Pengenalan Teori Warna*, Yogyakarta: ANDI Pustaka, 2008

Nugroho, Setiadi, Dkk. "Kreatifitas Busana Muslim Di Kalangan Hijabers di Sukabumi: Studi Empiris Atribut Busana Muslim", dalam *Jurnal Universitas Widyatama*, 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Priyanto, Duwi, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS,* Yogyakarta: Mediakom, 2013

Rosalia, Mega dan Parjono, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kerudung Produk Rabbani Pada Komunitas Mahasiswa Muslim di UNESA Ketintang". *Dalam E-Journal UNESA.*

Rosner K., Marianne dan Krasovec, Sandra A., *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga, 2007

Sakaran, Uma, *Research Methods for Business*; Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat, 2006

Santosa P.B dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS,* Yogyakarta: ANDI, 2005

Schiffman and Kanuk, *Consumer Behavior 9th Edition. Pearson International Edition,* 2007.

Shihab, M. Quraish, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendikiawan Kontemporer*, Jakarta: Lentera Hati, 2004

Simamopra, Bilson, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2001

Simamora, Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional,* Jakarta: Salemba Empat, 2004

Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran,* Alih Bahasa Yohannes Lamarto. Jakarta: Erlangga, 1989

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, 2012

Sulistiyoningrum, Munif Kholifah, "Etika Bisnis Dan Kewirausahaan" dalam http://mamaulis.blogspot.com/2011/05/etika-bisnis-dan-kewirausahaan.html, diakses pada 12 Mei 2012.

Tanjung, Hendri, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* Jakarta: Gramata Publishing, 2013

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2002

Usman, Husain dan Akbar, Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistika,* Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Yogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE. 2010

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"*Pengertian Terminologi"* dalam www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-terminologi/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id