

**PENGARUH FASHION HIJAB TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
DIPERUMAHAN MEGA REGENCY BLOK H RT 01-05 RW 09
DESA SUKASARI, SERANG BARU BEKASI**

Novia Rahma

Program Studi Ekonomi Syariah STEBI Global Mulia
Jl. Untung Seropati Kp. Cibeureum Ds. Mekarmukti,
Kec. Cikarang Utara-Bekasi, 17530
Email: noviarahma2496@gmail.com

Abstrak

Hijab bukanlah sebuah *trend fashion* yang modenya disesuaikan dengan zaman dan keinginan, yang harus dibuat rumit sehingga menyusahkan untuk memakainya. Hijab juga bukanlah perhiasan, dan bukan pula dipakai untuk mengejar perhatian popularitas. Dengan demikian, peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena penggunaan jilbab dikalangan remaja dan ibu-ibu telah mengalami perkembangan. Hijab berkembang menjadi komoditas yang dapat memuaskan konsumerisme dan menjadi perhatian penting bagi kebanyakan wanita. Karena itu, Sebagian wanita berhijab disini menggunakan hijab dengan gaya yang berubah-ubah. Apabila ada gaya terbaru dari hijab, sebagian dari wanita disana akan mengikuti dan menggunakannya ke kantor atau tempat mereka bekerja. Berhijab mengikuti *fashion* tidaklah salah namun apabila dalam mengikutinya dilakukan secara berlebihan (dalam pembelian) maka hal itu tidaklah dianjurkan didalam islam. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh fashion hijab terhadap perilaku konsumtif di Perumahan Mega Regency di Blok H khususnya RT 01-05 RW 09, Untuk mengetahui alasan wanita disana dalam memilih dan mengikuti Trend Fashion dalam berhijab. Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan observasi dan kuesioner. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Analisis data menggunakan pendekatan Kuantitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian teknik korelasi pearson product moment (r) menunjukkan bahwa korelasi antara Fashion Hijab dengan Perilaku Konsumtif sebesar 0,452. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka 0,452 termasuk tingkat hubungan “cukup kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara fashion hijab dengan perilaku konsumtif. Selain itu, signifikansi antara variabel fashion hijab (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan kaidah keputusan dari hipotesis, nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau (0,050,000), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Kata kunci : *Fashion Hijab, Perilaku Konsumtif.*

Pendahuluan

Hijab dan Jilbab adalah dua piranti hukum dalam Islam yang mengatur tata pergaulan manusia sepantasnya. Hijab adalah aturan Islam tentang keharusan menjaga jarak antara laki-laki dan perempuan dalam bergaul.¹ Jilbab adalah aturan syara' khusus untuk kaum perempuan berupa perintah menutup tubuhnya dengan

¹ Jasmani, *Hijab dan Jilbab Menurut Hukum Fikih*, dalam Jurnal Al-'Adl, Vol. 6, No. 2, 2013, hal. 62.

pakaian dalam aktifitasnya dengan orang-orang yang bukan mahramnya. Kedua hal ini berbeda esensinya, namun sangat terkait antara keduanya.

Perintah memakai hijab itu diwajibkan setiap waktu, akan tetapi banyak juga orang-orang yang menggunakan hijab hanya dalam waktu-waktu tertentu saja. Hijab bukanlah sebuah *trend fashion* yang modenya disesuaikan dengan zaman dan keinginan, yang harus dibuat rumit sehingga menyusahakan untuk memakainya.² Hijab bukanlah perhiasan, dan bukan pula dipakai untuk mengejar perhatian popularitas. Sedangkan cara berpakaian yang *fashionable, stylish, modis, trendy*, dan sejenisnya, justru akan mengundang perhatian dan popularitas.³

Penggunaan jilbab, dikalangan remaja telah mengalami perkembangan. Tidak hanya dikalangan remaja, namun ibu-ibu juga menggunakannya dalam beraktifitas. Hijab berkembang menjadi komoditas yang dapat memuaskan konsumerisme dan menjadi perhatian penting bagi kebanyakan wanita.⁴

Semua orang bahkan menyadari bahwa dalam usaha mengikuti mode terbaru dibutuhkan modal yang tidak sedikit. Apalagi pergantian mode yang relatif cepat (3-4 bulan) membuat seseorang semakin konsumtif dalam mengkonsumsi pakaian mode terbaru sehingga mereka rela menekan dana untuk pembelanjaan di sektor “perut”. Mereka tidak segan-segan mengeluarkan banyak uang untuk menunjang penampilan.⁵

Berhijab mengikuti *fashion* tidaklah salah namun apabila dalam mengikutinya dilakukan secara berlebihan (dalam pembelian) maka hal itu tidaklah dianjurkan didalam islam. Apabila itu terjadi terus menerus maka mereka telah melakukan tindakan mengerikan yaitu mubazir. Bahkan dalam surah Al-Isra ayat 27, allah mengatakan bahwa orang-orang yang mubazir merupakan temannya setan.⁶ Islam terdapat batasan konsumsi yang diajarkan salah satunya adalah pelarangan israf atau berlebih-lebihan. Perilaku israf diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap memperbolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran.

Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebih.⁷

Menurut Fromm menyatakan manusia dalam mengkonsumsi barang tidak lagi melihat nilai pakainya yaitu mencukupi kebutuhan tetapi juga digunakan untuk memenuhi keinginan-keinginannya, sehingga pengkonsumsian barang menjadi berebih.⁸

Sejak dahulu hingga saat ini tidak dapat dipungkiri penampilan merupakan salah satu hal yang seringkali mendapat perhatian khusus bagi seorang wanita.

² Felix Y. Siau, *Yuk, Berhijab*. Jakarta: Alfatih Press, 2017, hal. 117.

³ Felix Y. Siau, *Yuk, Berhijab*. Jakarta: Alfatih Press, 2017, hal. 119.

⁴ Gatot Sukendor, Ahmad Haldani Destiarman, Kahfiati Kahdar, *Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung dan Jilbab) dalam Busana Muslimah*, dalam Jurnal sosioteknologi, Vol. 15, No. 2, 2016, hal. 242

⁵ Dian Chrisnawati, Sri Muliati Abdullah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian*, Universitas Mercu Buana, Jurnal Spirits Vol. 2 No. 1, 2011, hal. 3.

⁶ Abi Jiha, *Fiqih Shopping*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015, hal. 106-107.

⁷ Lina dan Rasyid, H.F. *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putra*, dalam Jurnal Psikologika, Edisi 4, 1997, hal. 6.

⁸ Fransisca&P. Tommy Y. S. Suyasa. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Jurnal Phronesis, Vol. 7 No. 2. 2005, hal. 172-173.

Penampilan serta kecantikan merupakan modal utama bagi mereka. Seorang wanita harus selalu tampil cantik dan menarik. Rasa cantik bagi seorang wanita dapat dikatakan merupakan sebuah kebutuhan, sehingga dalam perkembangannya, wanita selalu mempunyai keinginan dan selalu ada kekurangan pada dirinya. Dengan demikian, wanita akan memperbaiki kekurangan yang dimiliki dan perilaku konsumtif dapat mendukung citra diri seseorang.⁹

Adapun Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif di Perumahan Mega Regency khususnya di Blok H RT 01-05 RW 09?
2. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap perkembangan *fashion* hijab di Perumahan Mega Regency khususnya di Blok H RT 01-05 RW 09?
3. Bagaimana pendapat wanita di Perumahan Mega Regency khususnya di Blok H RT 01-05 RW 09 terhadap trend *fashion* dalam berhijab?

Fashion Hijab atau Jilbab

Etimologi makna kata “*fashion*”, *Oxford English Dictionary* (OED) bisa jadi titik pijak yang paling baik dibandingkan dengan titik berangkat lainnya. Etimologi kata ini terkait dengan kembali lewat bahasa Latin, *factio* dan *facere* yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti asli *fashion* mengacu pada kegiatan; *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tak seperti dewasa ini, yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang.¹⁰

Hijab (bahasa Arab: حجاب, *ḥijāb*) adalah kata dalam bahasa Arab yang berarti penghalang. Pada beberapa negara berbahasa Arab serta negara-negara Barat, kata hijab lebih sering merujuk kepada kerudung yang digunakan oleh wanita muslim. Namun dalam keilmuan Islam, hijab lebih tepat merujuk kepada tata cara berpakaian yang pantas sesuai dengan tuntunan agama. Hijab juga bukan istilah teknis yang digunakan dalam hukum Islam untuk dress code wanita.¹¹

Istilah hijab sebenarnya seperti yang tercantum dalam Qur'an surah Al-Ahzab ayat 53 :¹²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتَ النَّبِيِّ إِلَّا أَنْ يُؤْذَنَ لَكُمْ إِلَى طَعَامٍ غَيْرِ نَاظِرِينَ
إِنَّهٗ وَلَكِنْ إِذَا دُعِيتُمْ فَادْخُلُوا فَإِذَا طَعِمْتُمْ فَانْتَشِرُوا وَلَا مُسْتَأْنِسِينَ لِحَدِيثٍ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah-rumah Nabi kecuali jika kamu diizinkan untuk makan tanpa menunggu waktu masak (makanannya), tetapi jika kamu dipanggil maka masuklah dan apabila kamu selesai makan, keluarlah kamu tanpa memperpanjang percakapan.”¹³

⁹ R. A. Adinah Suryati Ningsih, Yudho Bawono, *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri*, Universitas Trunojoyo, Jurnal Mediapsi Vol. 2 No. 1, 2016, hal. 46-47.

¹⁰ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasi Identitas Sosial, Seksual, Kelas, Dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011, hal. 11.

¹¹ Khairun Nisa, Rudianto, *Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan*, Jurnal Interaksi, Vol. 1, No. 1, 2017, hal. 109.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 601.

¹³ Gatot Sukendor, Ahmad Haldani Destiarman, Kahfiati Kahdar, *Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung dan Jilbab) dalam Busana Muslimah*, Jurnal sosioteknologi, Vol. 15, No. 2, 2016, hal. 242.

Menurut Quraish Shihab, Hijab yang diartikan sebagai pakaian yang menutupi seluruh tubuh wanita adalah makna baru dalam perkembangan bahasa dan belum dikenal pada masa turunnya Alquran. Menurutnya pula, arti hijab semacam ini adalah tidak lain dari sebuah pemahaman, dan wanita yang tampil dengan menutupi pakaian seluruh tubuhnya, tidak terkecuali muka dan kedua tangannya disebut mutahjibah.¹⁴

Jilbab adalah busana muslim, yaitu suatu pakaian yang tidak ketat atau longgar dengan ukuran yang lebih besar yang menutupi tubuh perempuan, kecuali muka dan telapak tangan sampai pergelangan.¹⁵ Ada pula al-Biq'a'i yang menyebutkan beberapa arti dari kata jilbab yaitu baju yang longgar atau kerudung penutup kepala wanita, atau pakaian yang menutupi baju dan kerudung yang dipakainya, atau semua pakaian yang menutupi badan wanita.¹⁶

Secara etimologis, kata jilbab berasal dari bahasa arab dan bentuk jamaknya tercantum dalam Surah Al-Ahzab ayat 59 :¹⁷

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ
ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruhan tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.¹⁸

Perkembangan jilbab dikalangan perempuan muslim Indonesia saat ini, jilbab seolah-olah hanya menjadi milik Islam. Jilbab dianggap sebagai sebuah identitas bagi wanita Muslim meskipun menuai kontroversi. Karena selalu saja ada perdebatan dalam memaknai jilbab. Makna jilbab masih selalu jadi bahan perdebatan. Adapun perintah wajib menutup aurat bagi wanita, tertulis didalam al-Qur'an surah An-Nur ayat 31 :¹⁹

وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ

“Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung keadanya.”

Pemahaman masyarakat muslim, hijab juga diartikan sebagai pakaian muslimah yang kini populer disebut dengan jilbab. Akibat yang muncul adalah sulitnya memilah hukum hijab dengan hukum jilbab. Padahal keduanya diterangkan dalam ayat yang berbeda dengan sebab nuzul yang berbeda, serta tujuan yang

¹⁴ Jasmani, *Hijab dan Jilbab Menurut Hukum Fikih*, Jurnal Al-'Adl, Vol. 6, No. 2, 2013, hal. 66.

¹⁵ Dadi Ahmadi dan Nova Yohana, *Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman*, Jurnal Mediator, Vol. 8, No. 2, 2007. hal. 237.

¹⁶ Safitri Yulikhah, *Jilbab Antara Kesalahan dan Fenomena Sosial*, Jurnal Ilmu dakwah, Vol. 36, No. 1, 2016. hal 99.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 603.

¹⁸ Dadi Ahmadi dan Nova Yohana, *Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman*, Mediator, Vol. 8, No. 2, 2007. hal. 237.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 493.

berbeda pula. Kendati demikian, hijab dan jilbab memiliki keterkaitan esensi, yaitu bagaimana mewujudkan pergaulan antara laki-laki dan perempuan yang minim resiko zina yang sangat membahayakan martabat manusia.²⁰

Hijab dan Jilbab adalah dua persoalan yang secara syar'i ditunjukkan kepada kaum perempuan demi terwujudnya pergaulan yang terhormat, harmoni dan aman. Kedua hal ini berbeda esensinya, namun sangat terkait antara keduanya. Dapat dikatakan, hijab lebih bersifat umum sedangkan jilbab sifatnya spesifik. Atau dengan kata lain, hijab adalah tujuan, sedangkan jilbab adalah sarana untuk mewujudkan esensi hijab itu. Esensi hijab itu sendiri adalah terhindarnya hubungan syahwati antara laki-laki dan perempuan yang bersumber dari pandangan.²¹

Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badab atau ucapan. Konsumtif merupakan pemborosan atau perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.²²

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang membelanjakan hartanya untuk hal-hal yang tidak berguna dan berlebih-lebihan. Perilaku ini berhubungan dengan hidup yang *tabdzir* dan *isyraf*, dan ini tidak dibenarkan dalam ekonomi islam. Islam memberikan sikap yang tegas untuk perilaku konsumtif, salah satunya adalah perlarangan terhadap sesuatu yang berlebihan yang tidak mendatangkan manfaat dan pelarangan ini disebutkan dalam al-Qur'an surah al-Isra ayat 26-27 :²³

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Tabzir lebih kepada sifat pemborosan. Sedangkan *isyraf* lebih kepada bermewah-mewahan. Islam memberikan batasan dari segi kualitas dan batasan dari segi kuantitas didalam menggunakan harta.

Menurut Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis sama dari merk lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan

²⁰ Jasmani, *Hijab dan Jilbab Menurut Hukum Fikih*, Jurnal Al-'Adl, Vol. 6, No. 2, 2013, hal. 65.

²¹ Jasmani, *Hijab dan Jilbab Menurut Hukum Fikih*, Jurnal Al-'Adl, Vol. 6, No. 2, 2013, hal. 63.

²² Ainun Mardiah, *Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Dikota Pekanbaru*, Jurnal Al-Iqtishad, Edisi 13 Vol. II, 2017, Hal. 95-96.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,....., hal. 388.

atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.²⁴

Penyebab perilaku konsumtif adalah semakin membaiknya keadaan sosial ekonomi sebagai masyarakat, membanjirnya barang-barang produksi, efektifnya sarana periklanan termasuk didalamnya media massa berkembangnya gaya hidup, mode, masih tebalnya sikap gengsi, status sosial. Adapun faktor penyebab terbentuknya perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard tahun 1994 antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup.²⁵

Metode Penelitian

Variabel-Variabel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas adalah Fashion Hijab kemudian variabel tergantungnya adalah Perilaku Konsumtif.

Populasi penelitian ini dilakukan di Perumahan Mega Regency Blok H Rt 01-05 Rw 09 Desa Sukasari, Serang Baru, Bekasi. Subjek Penelitian ini terdiri dari 73 Responden yang diambil dari populasi dengan menggunakan teknik *random sampling*.

Untuk mencari validitas digunakan dengan menggunakan rumus *Product Moment* dan untuk mencari reliabilitas digunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach*. Teknik analisis statistik yang dipakai untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan adalah teknik Uji-t.

Pembahasan

Menurut Polhemus dan Procter, *Fashion* adalah sesuatu bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak. Dalam masyarakat kontemporer barat, istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana. *Fashion* lebih memfokuskan pada mode yang umumnya ditampilkan, sedang digemari masyarakat. Sedangkan Hijab adalah kata dalam bahasa Arab yang berarti penghalang. Kata hijab lebih sering merujuk kepada kerudung yang digunakan oleh wanita muslim. Kemudian menurut Sumartono perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis sama dari merk lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Hijab saat ini telah menjadi gaya dikalangan perempuan muslimah, bagaimana cara mereka mengikuti trend fashion hijab untuk hijab apa saja yang akan mereka gunakan pada hari ini, esok atau lusa dan seterusnya. Hal ini mengakibatkan mereka akan berperilaku konsumtif. Mereka akan membeli dan memakai hijab yang menurut mereka jika menggunakannya mereka akan terlihat lebih bergaya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *fashion* hijab dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut kothler dalam nugroho j setiadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup adalah Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh

²⁴ Ria Okfirima, Nisa Ulfadilah, *Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Bank Nagari Kantor Pusat Sumatera Barat*, Jurnal PSYCHE 165 Vol. 11, No. 1, 2018, hal. 23.

²⁵ Ihsanti Alifa Amalia, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perempuan*, Universitas Muhammadiyah Malang, 2016, Skripsi, hal. 3.

kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga menggambarkan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Yang termasuk dalam gaya hidup adalah *fashion*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel *fashion* hijab dengan perilaku konsumtif memang memiliki pengaruh. Sehingga, salah satu *fashion* hijab menjadi faktor pengaruh terjadinya perilaku konsumtif di perumahan Mega Regency Blok H Rt. 01-05 Desa Sukasari, Serang Baru, Bekasi. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan hijab yang dikenakan sehari-hari dengan berbagai macam model yang menjadi tren saat ini dan juga dari pertanyaan yang ada di item angket kebanyakan dari masyarakat di Blok H menjawab “saya cenderung berbelanja produk dengan model terbaru” dan “saya merasa puas jika membeli produk hijab yang saya inginkan”, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat disana khususnya ibu-ibu akan membeli hijab bukan atas dasar kebutuhan namun keinginan yang akan menyebabkan pembelian hijab akan berlebihan. Pembelian yang berlebihan ini yang akan mengarah kepada perilaku konsumtif.

Hasil koefisien dibandingkan dengan interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka 0,452 termasuk tingkat hubungan “cukup kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara *fashion* hijab dengan perilaku konsumtif.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis yang menggunakan teknik korelasi *pearson product moment* (r) menunjukkan bahwa korelasi antara Fashion Hijab dengan Perilaku Konsumtif sebesar 0,452. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r , maka 0,452 termasuk tingkat hubungan “cukup kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara *fashion* hijab dengan perilaku konsumtif. Selain itu, signifikansi antara variabel *fashion* hijab (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan kaidah keputusan dari hipotesis, nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau ($0,05 \geq 0,000$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
2. Perilaku konsumen hijab, menyadari perubahan pandangan tentang hijab saat ini berdampak pada kian banyaknya perempuan di Perumahan Mega Regency Blok H RT 01-05 memutuskan menggunakan dan membeli hijab sesuai dengan trend yang saat ini sedang marak. Wanita muslimah di Perumahan Mega Regency Blok H RT 01-05 mengaku menggunakan hijab dikarenakan kesadaran akan wajib menggunakan hijab dan merupakan perintah agama dan juga anggapan bahwa hijab saat ini adalah *fashion* yang sangat digemari oleh semua kalangan.
3. Alasan masyarakat di Blok H yang mengikuti trend *fashion* dalam berhijab yaitu saat ini hijab sudah berkembang dan tidak dikatakan lagi ketinggalan zaman dan hijab sekarang memiliki model yang bervariasi dan warna dengan motif yang cantik yang dapat membuat seseorang tampak lebih trendy dan modis, serta harga yang juga sesuai dengan kualitas sehingga masyarakat disana yang mengikuti trend *fashion* dalam berhijab tetap terlihat modis, trendy dan fashionable dalam berhijab.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif, maka peneliti memberikan saran kepada masyarakat

di perumahan Mega Regency Blok H Rt. 01-05 agar lebih bijak dalam membeli hijab dengan cara tidak berlebihan serta dapat melihat trend fashion hijab saat ini mana yang cocok untuk dipakai dan sesuai dengan syariat Islam. Jangan sampai setiap trend fashion hijab sedang berkembang masyarakat slalu ingin membeli dan mengeluarkan cukup dana tapi tidak memperhatikan kesyariahnya dalam berhijab. Kemudian, peneliti juga berharap untuk ada penelitian lanjutan dengan judul yang sama namun dengan penelitian yang berbeda yaitu penelitian kualitatif.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Dadi. Yohana, Nova. 2007. *Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman*. Jurnal Mediator.
- Amalia, Ihsanti Alifa. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perempuan*, Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi.
- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion sebagai komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Chrisnawati, Dian. Abdullah, Sri Muliati. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian*. Universitas Mercu Buana, Jurnal Spirits.
- Fransisca&P. Tommy Y. S. Suyasa. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Jurnal Phronesis.
- Jasmani. 2013. *Hijab dan Jilbab Menurut Hukum Fikih*. STAIN Bone. Jurnal Al'-Adl.
- Jiha, Abi. 2015. *Fiqih Shopping*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Lina dan Rasyid, H.F. 1997. *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putra*. Universitas Gadjah Mada. Jurnal Psikologika.
- Mardiah, Ainun. 2017. *Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Dikota Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Jurnal Al-Iqtishad.
- Ningsih, R. A. Adinah Suryati. Bawono, Yudho. 2016. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri*. Universitas Trunojoyo. Jurnal Mediapsi.
- Nisa, Khairun. Rudianto. 2017. *Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Jurnal Interaksi.
- Okfirima, Ria. Ulfadilah, Nisa. 2018. *Nisa Ulfadilah, Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Bank Nagari Kantor Pusat Sumatera Barat*. UPI YPTK Padang. Jurnal PSYCHE.
- Siauw, Felix Y. 2017. *Yuk, Berhijab*. Jakarta: Alfatih Press.
- Sukendro, Gatot. Destiaman, Ahmad Haldani. Kahdar, Kahfiati. *Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung dan Jilbab) dalam Busana Muslimah*. Institut Teknologi Bandung. Jurnal Sosioteknologi.
- Yulikhah, Safitri. 2016. *Jilbab Antara Kesalehan dan Fenomena Sosial*. Jurnal Ilmu dakwah.