

ADOPTI FASHION HALAL PADA WANITA SOSIALITA : TEORI PLANNED BEHAVIOUR

Muhammad Ardi^{a,1}

Srigandawati^{b,2}

Mutiyah Mahdin^{c,3}

Haslindah,^{d,4}

^{a,b,d}Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

^cUniversitas Sibatokkong Mambo, Indonesia

Email: ardi65904@gmail.com¹, srigandawatiandi@gmail.com², mutiyahmahdin@gmail.com³, putrileo0202@gmail.com⁴

ABSTRAK

Keywords:

Adopsi Fashion Halal,
Wanita Sosialita,
Teori Planned Behavior,
Religiusitas.

*Korespondensi:

Muhammad Ardi
ardi65904@gmail.com

Penelitian ini menganalisis pengaruh Religiusitas, sikap dan norma subjektif terhadap Adopsi Fashion Halal melalui mediasi niat. Penelitian ini merupakan penelitian survei korelasional dengan dukungan data kuesioner sebanyak 200 responden Wanita-wanita Sosialita di Bone. Analisis data dan pengujian hipotesis dilakukan melalui pemodelan persamaan struktural. Pengujian ini dilakukan melalui tiga tahap pengujian, yaitu: Uji EFA yang dianalisis melalui aplikasi software SPSS, Uji CFA dan Uji SEM (Structural Equation Modeling) dengan menggunakan aplikasi statistik LISREL versi 8.70. Hasil menunjukkan ternyata wanita sosialita di kab. Bone menolak Theory Planned Behavior dan harus di dukung dengan teori lain penggunaan pashion halal hanya di pengaruhi oleh Norma Subjektif dan niat dipengaruhi oleh prilaku adopsi pashion halal. Namun juga ada potensi religiusitas dan sikap mempengaruhi prilaku tersebut. Ditemukan bahwa wanita sosialita dalam menggunakan fashion halal hanya mengikuti yang lagi trend.

1. PENDAHULUAN

Jumlah persentase penduduk Indonesia 12,7% dari jumlah populasi muslim dunia dengan adanya dukungan dari pemerintah terkait dengan peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi pada sektor industri halal khususnya pada fashion (Zawya, 2022). Halal fashion melalui jargon hijaber bagi endorsernya. Karena gaya hidup berpakaian yang baik dapat mendukung kehidupan sosial yang harmonis (Annis, 2019). Syifa Fauzia juga menegaskan bahwa anak muda jaman now harus mengetahui nilai-nilai halal dalam kehidupan sehari-hari sehingga mereka biasa familiar dengan istilah halal lifestyle, contohnya dengan mengembangkan hijab lifestyle era sekaran perkembangan pashion lebih kepada wanita yang

menggunakan fashion halal yang biasa dikenal komunitas hijaber atau komunitas yang hijrah (Widya, 2019), tetapi dalam berbusana gamis bukan hanya di kalangan remaja tetapi banyak juga dari kalangan wanita yang menggunakannya bukan hanya untuk menutupi aurat karena perintah didalam agam akan tetapi terlebih mengikuti gaya yang lagi trend saat ini.

Kecenderungan wanita khususnya wanita sosialita dengan memakai fashion halal menjadi trend pada saat ini. Mereka tidak hanya terlihat fashionable namun berpakaian sesuai syariat islam. Ini dibuktikan dengan melihat suasana arisan di cafe beberapa waktu yang lalu. Mereka datang dengan tampilan yang super high class/glamour dan tentunya mereka tampil dengan ciri khas masing-masing. Pemilihan warna antara gamis set dengan hijab dan assesoris melekat di tubuhnya serta tas branded yang nampaknya mahal menunjukkan bahwa circle mereka berkelas.

Sejauh Ini penelitian yang menggunkan Theory Planned of Behaviour Sudah banyak di lakukan. Hasil penelitian yang menggunkan theory Planned of Behaviour yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu sejak lima tahun terakhir diantaranya, (1) Sri Mutiyah, Dari Aspek Kosmetik Halal (Mutiyah, 2022). (2) Mutmainna dkk, Dari Aspek Kapitalisasi politik Identitas dalam produk halal; Industri Fashion dan Kosmetika (Y & I, 2021), (3) Nildawati, Dari Aspek tren fashion halal untuk komunitas hijabi: Ideologi dan konsumsi (Wardah, Yarmunidi, & Susilawati, 2021). (4). A. Haro, Dari Aspek Apakah Produk Fashion Zoya Muslim sebagai Gaya Hidup Halal dalam Keputusan Pembelian Konsumen?

Sedangkan theory planned of behavior dari aspek prilaku wanita sosialita terhadap fashion halal belum ada yang melakukan, Tulisan ini hadir untuk membahas hal ini. Adapun tujuan dilakukan penelitian ini yakni untuk mengetahui sejauhmana pengaruh fashion halal terhadap gaya hidup wanita sosialita.

2. METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tentang Adopsi Fashion Halal di wanita sosialitas di Kab. Bone. (Sugiyono, 2012). Data yang digunakan yaitu data primer berupa angket atau kuesioner yang dikonstruksi berdasarkan pada indikator-indikator dari variabel yang diamati. Variabel yang diamati tersebut diadopsi dari Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991). Variabel-variabel tersebut terdiri dari: (1) Variabel endogennya yaitu Adopsi Fashion Halal, (2) Variabel interveningnya yaitu Niat, (3) Variabel eksogennya yaitu Religiusitas, Sikap, dan Norma Subjektif. Variabel tersebut telah dikonstruksi dan menghasilkan lima indikator disetiap variabel.

Metode analisis data yang digunakan adalah uji Exploratory Factor Analysis (EFA) yang dilakukan melalui software SPSS Statistics 26. Selain itu, uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan Structural Equation Modelling (SEM) yang dilakukan melalui software LISREL 8.70. Adapun persamaan struktural dengan Structural Equation Modelling (SEM) yang digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan program aplikasi statistik LISREL versi 8.70 dapat dinyatakan seperti di bawah ini:

$$\eta_{Y2} = \beta_{Y2}\eta_{Y1} + \gamma_1\xi_{X1} + \gamma_2\xi_{X2} + \zeta$$

$$\eta_{Y1} = \beta_{Y1}\eta_{Y1} + \gamma_3\xi_{X1} + \gamma_4\xi_{X2} + \gamma_5\xi_{X3} + \zeta$$

$$\eta_{Y2} = \beta_{Y2}\eta_{Y2} + \gamma_6\xi_{X1} + \gamma_7\xi_{X2} + \gamma_8\xi_{X3} + \zeta$$

Keterangan dari persamaan di atas yaitu: η_{Y2} = Adopsi Fashion Halal, η_{Y1} = niat mengAdopsi Fashion Halal (variabel endogen), $\beta_{Y2}\eta_{Y2}$ = matrik koefisien Adopsi Fashion Halal, $\beta_{Y1}\eta_{Y1}$ = matrik koefisien niat mengAdopsi Fashion Halal, ξ_{X1} = niat mengAdopsi Fashion Halal (variabel eksogen), ξ_{X1} = Religiusitas, ξ_{X2} = sikap, ξ_{X3} = norma subjektif, γ_{1-9} = matriks koefisien variabel-variabel eksogen 1 sampai 9.

Populasi penelitian ini adalah Wanita sosialita di Bone yang menggunakan Busana Fashion Halal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling. Artinya, setiap responden dalam hal ini konsumen memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian.

Adapun kriteria jumlah sampel penelitian yang diambil disesuaikan dengan kriteria jumlah sampel pada analisis model Stuctural Equation Modelling (SEM). Kriterianya adalah, jika penduga parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (maximum likelihood estimation), besar sampel yang disarankan adalah 200 sampel, yang artinya penelitian ini membutuhkan 200 responden. Jumlah responden tersebut memenuhi kriteria jumlah sampel penelitian untuk dianalisis menggunakan model SEM.

Data yang telah kumpulkan diklasifikasi menjadi dua bagian, yaitu data untuk identitas responden, dan data untuk jawaban responden. Identitas responden dari angket online yang disebarkan kepada mereka dideskripsikan dalam bentuk tabel seperti yang disajikan pada tabel 2, sedangkan jawaban responden terlebih dahulu dianalisis sebelum dituangkan, melalui tiga tahap yaitu: (1) Exploratory Factor Analysis (EFA), tahap ini menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik 25 untuk menyatakan signifikan korelasi antara indikator dengan variabel yang digunakan melalui nilai Bartlett's Test of Sphericity (= 0,05) dan kepastian dukungan sampel yang cukup melalui nilai KMO ($KMO \geq 0,5$), (2) Confirmatory Factor Analysis (CFA), tahap ini menggunakan aplikasi Lisrel 8.70 untuk menyatakan bahwa model yang diusulkan adalah layak digunakan untuk menguji hipotesis melalui nilai Chi Square (\leq nilai [df; Taraf Sig 5%]), Probability (≥ 0.05), CMIN/DF (≤ 2.00), RMSEA (≤ 0.05), dan GFI (≥ 0.90), dan juga untuk menyatakan bahwa indikator yang digunakan valid (≥ 0.05) dan realible (≥ 0.05), dan (3) Structural Equation Modelling (SEM), tahap ini juga menggunakan aplikasi Lisrel 8.70 dengan metode estimasi Maksimum Likelihood (ML) untuk menyatakan nilai R-Square dan signifikansi pengaruh langsung (≥ 1.96) dan tidak langsung (≥ 1.96) variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam menjawab hipotesis yang usulkan.

3. HASIL PENELITIAN

Adapun responden dalam penelitian ini adalah wanita Sosialita di Kab. Bone yang biasa menggunakan Fashion Halal dalam Berbusana. Berikut adalah deskripsi mengenai

jumlah data responden dan identitas responden penelitian yang terdiri dari alamat, usia, tabungan dan uang belanja.

Berdasarkan tanggapan dari responden, maka dapat dideskripsikan hasil identifikasi responden sebagai berikut:

Table 1
Description of Respondent Data

Respondent Identity	Item-Item	Number of Respondents	
		Frequency	Percentage
Alamat	Awangpone	18	9%
	Bajoe	15	7,5%
	Tanete Riattang	14	7%
	Barebbo	20	10%
	Watampone	15	7,5%
	Cenrana	16	8%
	Dua Boccoe	16	8%
	Tellu Siattingge	16	8%
	Swanitalue	18	9%
	Mare	12	6%
	Cina	15	7,5%
	Palakka	15	7,5%
	Ulaweng	10	5%
	Total	200	100%
Usia	18-25 thn	25	12,5%
	25-30 thn	30	15%
	31-35 thn	35	17,5%
	35-40 thn	40	20%
	41-45 thn	20	10%
	46-55 thn	50	25%
	Total	200	100%
Jumlah Tabungan/ Bulan	Diatas rp. 5.000.000	13	6,5%
	Di Bawah 5.000.000	168	84 %
	1.000.000-5.000.000	29	14,5 %
	Total	200	100%
Jumlah Uang Belanja	Diatas 3.000.000	73	36,5%
	Dibawah.1.000.000	50	25%
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	20	10%
	Rp. 2.000.000- 3.000.000	67	33,5%
	Total	200	100%

Sumber: Olah Data Primer (Angket) diolah, tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1, diatas menunjukkan bahwa data responden penelitian diatas diperoleh hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden melalui google form berjumlah 200

orang. Dari karakteristik responden tersebut, menunjukkan bahwa Responden Alamat Kecamatan Barebbo sebanyak (10%), dan Responden paling sedikit Alamat Kec. Ulaweng (5%) Dari segi Usia Paling Banyak 46- 55 sebanyak (25%) dan usia paling sedikit 41-45 sebanyak (10%). Dari segi Tabungan perbulan Paling banyak dari jumlah dibawah Rp. 5.000.000 sebanyak (84%), Tabungan paling sedikit diatas Rp. 5.000.000 sebanyak 6,5%. Dari segi Jumlah Uang belanja perbulan responden paling banyak diatas 3.000.000 sebanyak (36%), Tabungan paling sedikit Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000 sebanyak (10%).

3.1 Hasil Uji Exploratory Factor Analysis (EFA)

Uji *Exploratory Factor Analysis* telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi *software* IBM SPSS Statistics 25. Indikator yang dianalisis pada uji EFA ini berjumlah 28 indikator, Pada pengujian EFA dilakukan uji Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) dan uji Bartlett untuk mengukur kecukupan data faktor analisis. Nilai KMO > 0,05 dianggap memenuhi persyaratan untuk analisis faktor. Selain itu, uji Bartlett dapat memenuhi syarat bila signifikan ($p < 0,05$) maka analisis faktor dapat dilanjutkan. (Handoyo, Yudianto, & Fitriyah, 2021) Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai KMO > 0,05, artinya data didukung dengan sampel yang cukup dan nilai Bartlett's of Sphericity untuk semua variabel < 0,05, artinya analisis faktor dapat dilanjutkan. (Jumriani & Syaparuddin, 2021)

Table 2
 Ringkasan Hasil Uji KMO and Bartlett's of Sphericity Test Results

Variable	KMO (> 0,50)	Sig. (< 0,05)	Description
Religiusitas (X1)	0.930	0.000	Signifikan
Sikap (X2)	0.882	0.000	Signifikan
Norma Subjective (X3)	0.847	0.000	Signifikan
Niat(Y1)	0.839	0.000	Signifikan
Adopsi Fashion Halal (Y2)	0.761	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer Uji EFA (LISREL) diolah Tahun 2022

Berdasarkan Hasil Uji EFA Pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai KMO untuk setiap variabel > 0.05, artinya sampelnya sudah cukup dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity* untuk setiap variabel < 0.05, artinya analisis faktor dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya. Dari setiap variabel yang diuji diatas semua variabel berhasil lolos uji dan memenuhi kriteria untuk dilanjutkan pada uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) hanya sebanyak 12 indikator.

3.2 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)

3.2.1 Uji Goodness of Fit

Uji goodness of fit telah dilakukan dengan bantuan software lisrel 8.70 pada 25 indikator dan hasilnya telah disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3
Hasil Uji Goodness of Fit Setelah modifikasi

Indeks	Cut off Value	Hasil Analisis	Keterangan
Chi Square	≤ 303.969 (df=265; Taraf Sig 5%)	94,40	Baik
Probability	≥ 0.05	0,129	Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1,18	Baik
RMSEA	≤ 0.05	0.030	Baik
GFI	≥ 0.90	0,94	Baik

Sumber : Data Uji CFA (LISREL) diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas, diperoleh hasil modifikasi model yang menunjukkan bahwa semua indeks memenuhi kriteria dan menghasilkan pengujian yang baik yaitu Chi-Square sebesar 94.40, probabilitas sebesar 0.129, CMIN/DF 1.18 RMSEA 0.030 dan GFI 0.94. Artinya, model tersebut sudah memenuhi syarat dan sudah layak, karena hasil pengujiannya sudah baik dan memenuhi kriteria. Menurut Ghozali, dkk, model analisis konfirmatori dikatakan layak ketika nilai probability (P-Value) lebih besar sama dengan 0.05, karena nilai P-Value pada model diatas lebih kecil dari 0.05. yakni 0,000 maka perlu dilakukan modifikasi model. (Ghazali, 2018)

3.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas Indikator

Menurut Latan dan subardjo bahwa Uji validitas dan realibilitas konstruk dari item-item pembentuk konstruk laten yang dilakukan melalui pengujian CFA. (Latan, 2018) yang telah dilakukan dengan bantuan *software* Lisrel 8.70 pada 12 item disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4
Nilai Loading Factor dan R-Square Setelah Modifikasi

Variabel	Indikator	Factor Loadings	R-Square
Religiusitas (X1)	X11	0,66	0,80
	X12	0,71	0,79
	X13	0,67	0,62
	X14	0,63	0,84
Sikap (X2)	X21	0,74	0,85
	X25	0,74	0,68
Norma Subjektif (X3)	X33	0,62	0,53
	X34	0,70	0,64

Niat (Y1)	Y11	0,67	0,28
	Y13	1.25	1.00
Adopsi Fashion Halal (Y2)	Y23	1.11	0.97
	Y24	1.14	0.93

Sumber : Data Uji CFA (LISREL) diolah, tahun 2022

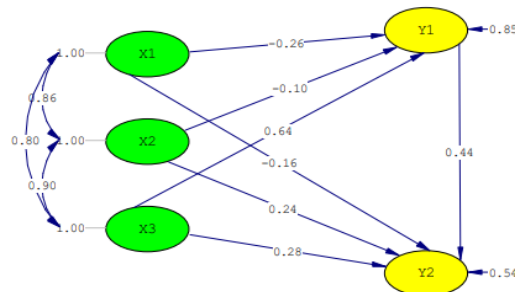
Berdasarkan tabel 4 diatas hasil uji kelayakan model yang telah dilakukan dan di modifikasi *loading faktornya* hanya menyisahkan 12 indikator. Nilai loading Factor dan R-Square dari 28 indikator tersebut sebagaimana yang disajikan pada tabel. Diatas yaitu >0,50 yang artinya semua indikator dapat dinyatakan valid dan realibel dan analisis factor dapat dilanjutkan karena telah memenuhi uji kelayakan nilai *loading factor* >0.05 dan nilai realibilitas cukup baik pada masing-masing indicator, maka model secara umum telah fit digunakan pembentukan adopsi fashion halal pada wanita sosialita di Kab. Bone.

Karena telah memenuhi uji kelayakan, nilai *loading factor* >0.05 dan nilai realibilitas cukup baik pada masing-masing indikator, maka model secara umum telah fit untuk digunakan dalam memetakan pembentukan Adopsi Fashion Halal dikalangan perempuan Muslim milenial.

3.2.3 Structural Equation Modelling (SEM)

Pengujian SEM dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Religiusitas, sikap dan norma subjektif terhadap Adopsi Fashion Halal yang dimediasi niat. Dengan adanya pengujian ini akan diketahui apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak (Dewi, Murtianto Yanuar Heri, 2017). Adapun hasil uji SEM tersebut dapat disajikan pada gambar berikut:

Gambar 1
 Uji SEM (Pengaruh Langsung)



Chi-Square=64.43, df=44, P-value=0.02393, RMSEA=0.048

Hasil pengujian SEM dapat dilihat pada gambar 1, yang merupakan hasil proses *syntax* dalam rumus persamaan yang digunakan dan juga terdapat pada *path diagram*. Hubungan yang signifikan akan ditandai dengan *t-value* yang berwarna hitam pada *path diagram* dengan nilai \geq

1.96. Sedangkan hubungan yang tidak signifikan akan ditandai dengan nilai *t-value* yang berwarna merah pada *path diagram* dengan nilai < 1.96 .

Gambar 2
Hasil Uji SEM (Pengaruh Tidak Langsung)

Indirect Effects of KSI on ETA			
	X1	X2	X3
Y1	---	---	---
Y2	-0.11 (0.08) -1.48	-0.04 (0.14) -0.30	0.28 (0.14) 2.00

Sedangkan gambar 2 merupakan hasil output dari uji SEM. Pada bagian Indirect Effect of KSI on ETA merupakan hasil pengaruh tidak langsung yang diperoleh dari hipotesis yang diusulkan.

3.2.4 Nilai R-Square

Nilai R-Square yang diperoleh dari hasil pengujian SEM dengan bantuan software Lisrel 8.70 untuk variabel endogen yaitu niat sebesar 0.15 (15%), yang artinya nilai tersebut mengindikasikan bahwa mediasi niat yang dibentuk oleh variabel Religiusitas, sikap dan norma subjektif sebesar 15% dan sisanya sebesar 85% dibentuk oleh variabel lain yang tidak terdapat pada model yang diusulkan. Kemudian R-Square yang diperoleh untuk variabel endogen Adopsi Fashion Halal sebesar 0.44 (46%), yang artinya nilai tersebut mengindikasikan bahwa Adopsi Fashion Halal dikalangan wanita sosialita di Bone dibentuk oleh variabel Religiusitas, sikap dan norma subjektif sebesar 64% dan sisanya 36% dibentuk oleh variabel lain yang tidak terdapat pada model yang diusulkan. Artinya sebesar 64% niat, Religiusitas, sikap dan norma subjektif mampu membentuk model Adopsi Fashion Halal wanita sosialita di Kab. Bone, sedangkan 36% dibentuk oleh variabel lain.

3.3 Hasil Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengujian data pada *Structural Equation Modelling* (SEM), maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat nilai *T-Statistic*-nya. Apabila nilai *T-Statistic*-nya ≥ 1.96 , maka hipotesis diterima, yang artinya variabel yang diuji memiliki pengaruh yang signifikan, begitu pula sebaliknya. Apabila nilai *T-Statistic*-nya ≤ 1.96 , maka hipotesis ditolak, yang artinya variabel yang diuji tidak memiliki pengaruh yang signifikan

Hasil uji hipotesis sebagaimana yang disajikan pada tabel 5, menunjukkan bahwa ada sebanyak 2 pengaruh langsung, yaitu: (1) X1 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y1, (2) X2 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y1, (3) signifikan berpengaruh terhadap Y1, (4) Y1 Tidak signifikan berpengaruh terhadap Y2, (5) X1 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y2, (6) X2 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y2, dan (7) X3 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y2. Sedangkan pengaruh tidak langsung, ada sebanyak tiga, yaitu: (1) X1 tidak signifikan

berpengaruh terhadap Y2 melalui Y1, (2) X2 tidak signifikan berpengaruh terhadap Y2 melalui Y1, dan (3) signifikan berpengaruh terhadap Y2 melalui Y1.

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis

No	Hubungan Kausalitas	Cut off Value	T-Statistik	Keterangan
A Pengaruh Langsung				
1	Religiusitas (X1) -> Niat (Y1)	≥ 1.96	-1.48	Tidak Signifikan
2	Sikap (X2) -> Niat(Y1)	≥ 1.96	0.30	Tidak Signifikan
3	Norma Subjektif (X3) -> Niat (Y1)	≥ 1.96	2.02	Tidak Signifikan
B Pengaruh Langsung				
1	Niat (Y1) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	5.33	Signifikan
2	Religiusitas (X1) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	-1.48	Tidak Signifikan
3	Sikap (X2) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	0,97	Tidak Signifikan
4	Norma Subjektif (X3) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	1,21	Tidak Signifikan
C Pengaruh Tidak Langsung				
1	Religiusitas (X1) -> Niat (Y1) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	-1.48	Tidak Signifikan
2	Sikap (X2) ->Niat (Y1) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	0.30	Tidak Signifikan
3	Norma Subjektif (X3) -> Niat(Y1) -> Adopsi Fashion Halal (Y2)	≥ 1.96	2.00	Signifikan

Penjelasan hasil uji hipotesis sebagaimana yang dituangkan pada tabel 5 dapat disajikan sebagai berikut: Pertama, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel Religiusitas (X1) dengan niat menggunakan fashion halal (Y1) sebesar -1.48 (< 1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Religiusitas dengan niat menggunakan fashion halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki pengetahuan Religiusitas, maka

mereka pasti akan memiliki niat untuk menggunakan fashion halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh tidak signifikan dan positif menunjukkan bahwa pengetahuan Religiusitas wanita sosialita di Kab. Bone tidak dibentuk oleh niat untuk menggunakan fashion halal.

Kedua, nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel sikap (X2) dengan niat menggunakan fashion halal (Y1) sebesar 0.30 (<1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara sikap dengan niat menggunakan fashion halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki perilaku menggunakan fashion halal, maka mereka pasti akan memiliki niat untuk menggunakan fashion halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh tidak signifikan dan positif menunjukkan bahwa sikap wanita sosialita di Kab. Bone dalam menggunakan fashion tidak dibentuk oleh niat mereka untuk menggunakan fashion halal.

Ketiga, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel norma subjektif (X3) dengan niat menggunakan fashion halal (Y1) sebesar 2.02 (>1.96), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara norma subjektif dengan niat menggunakan fashion halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki motivasi oleh orang lain, maka mereka pasti akan memiliki niat untuk menggunakan fashion halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh signifikan dan positif menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone telah mendapatkan motivasi oleh orang lain sehingga mereka memiliki niat untuk menggunakan fashion halal. Artinya, norma subjektif dapat membentuk niat menggunakan fashion halal pada konsumen wanita sosialita di Kab. Bone.

Keempat, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel niat (Y1) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) sebesar 5.33 (>1.96), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara niat dengan Adopsi Fashion Halal bagi konsumen wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki niat menggunakan fashion halal, maka mereka pasti akan Adopsi Fashion Halal beberapa tahun yang akan datang, demikian pula sebaliknya. Pengaruh signifikan dan positif menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone telah memiliki niat menggunakan fashion halal sehingga mereka pasti melakukan Adopsi Fashion Halal di beberapa tahun yang akan datang. Artinya, niat dapat membentuk Adopsi Fashion Halal selama beberapa tahun kedepan pada wanita sosialita di Kab. Bone.

Kelima, nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel Religiusitas (X1) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) sebesar -1.48 (<1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Religiusitas dengan Adopsi Fashion Halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki pengetahuan Religiusitas, maka mereka pasti akan melakukan Adopsi Fashion Halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh tidak signifikan dan positif menunjukkan

bahwa pengetahuan Religiusitas wanita sosialita di Kab. Bone dalam menggunakan Fashion tidak dibentuk oleh Adopsi Fashion Halal mereka.

Keenam, nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel sikap (X2) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) sebesar 0.97 (<1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara sikap dengan Adopsi Fashion Halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa jika konsumen wanita sosialita di Kab. Bone memiliki perilaku menggunakan fashion halal, maka mereka pasti akan melakukan Adopsi Fashion Halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh tidak signifikan dan positif menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki perilaku menggunakan fashion halal, sehingga mereka berpotensi akan menggunakan Adopsi Fashion Halal kedepannya.

Ketujuh, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan langsung antara variabel norma subjektif (X3) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) sebesar 1.21 (>1.96), yang menyatakan bahwa pengaruh signifikan antara norma subjektif dengan Adopsi Fashion Halal bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone di motivasi oleh orang lain, maka mereka pasti akan melakukan Adopsi Fashion Halal, demikian pula sebaliknya. Pengaruh signifikan dan positif menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone walaupun tanpa mendapatkan motivasi oleh orang lain mereka akan melakukan Adopsi Fashion Halal. Artinya, norma subjektif dapat membuat orang termotivasi melakukan Adopsi Fashion Halal pada wanita sosialita di Kab. Bone.

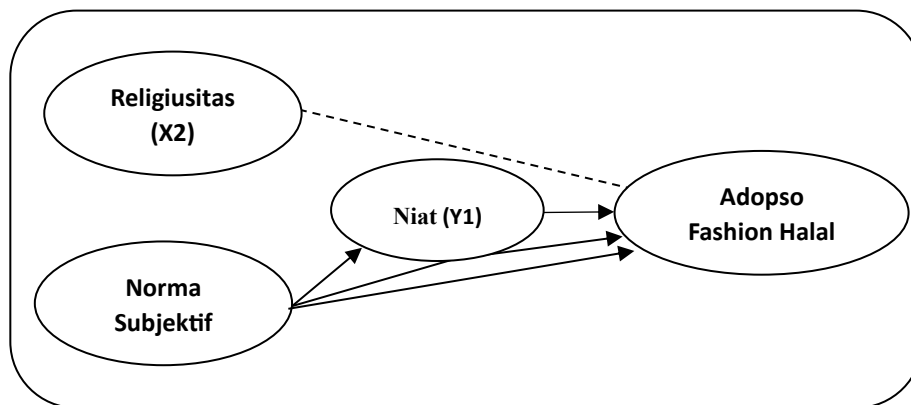
Kedelapan, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan tidak langsung antara variabel Religiusitas (X1) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) melalui mediasi niat (Y1) sebesar -1.48 (<1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara tidak langsung antara Religiusitas dengan Adopsi Fashion Halal melalui mediasi niat bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-Statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki pengetahuan Religiusitas sehingga mempunyai niat untuk melakukan Adopsi Fashion Halal, maka hal ini dapat berdampak pada perilaku penggunaan pashion halal ke wanita sosialita. Pengaruh tidak signifikan secara tidak langsung dan positif menunjukkan bahwa niat tidak dapat memediasi Religiusitas dalam membentuk Adopsi Fashion Halal pada konsumen wanita sosialita di Kab. Bone.

Kesembilan, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan tidak langsung antara variabel sikap (X2) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) melalui mediasi niat (Y1) sebesar 0.30 (<1.96), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara tidak langsung antara sikap dengan Adopsi Fashion Halal melalui mediasi niat bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-Statistik menunjukkan bahwa wanita sosialita di Kab. Bone memiliki perilaku menggunakan fashion halal sehingga mempunyai niat untuk melakukan Adopsi Fashion Halal, maka hal ini dapat berdampak pada perilaku penggunaan pashion mereka. Pengaruh tidak signifikan secara tidak langsung dan positif menunjukkan bahwa niat tidak dapat memediasi sikap dalam membentuk Adopsi Fashion Halal pada wanita sosialita di Kab. Bone.

Kesepuluh, Nilai T-statistik yang diperoleh dari hubungan tidak langsung antara variabel norma subjektif (X3) dengan Adopsi Fashion Halal (Y2) melalui mediasi niat (Y1) sebesar 1.98 (> 1.96), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara tidak langsung antara norma subjektif dengan Adopsi Fashion Halal melalui mediasi niat bagi wanita sosialita di Kab. Bone. Nilai positif pada T-Statistik menunjukkan bahwa jika konsumen wanita sosialita di Kab. Bone memiliki norma subjektif sehingga mempunyai niat untuk melakukan Adopsi Fashion Halal, maka hal ini dapat berdampak pada perilaku penggunaan fashion mereka. Pengaruh signifikan secara tidak langsung dan positif menunjukkan bahwa niat dapat memediasi norma subjektif dalam membentuk Adopsi Fashion Halal pada wanita sosialita di Kab. Bone.

Kelihatannya generasi milenial tidak dapat menjadikan variabel Religiusitas sebagai faktor pendukung dalam mengadopsi Fashion Halal. Selain itu, Adopsi Fashion Halal tidak dapat dipetakan dengan modifikasi teori Planned Behaviour yang diusulkan. Akan tetapi, teori Planned Behaviour dapat dimodifikasi kembali untuk memetakan Adopsi Fashion Halal mereka, karena Wanita sosialita kelihatannya memiliki karakteristik perilaku tersendiri dan kemungkinannya perilaku mereka terbentuk melalui akultursi budaya yang diwariskan dari ke generasi ke generasi. Atas dasar ini, teori Planned Behaviour perlu dimodifikasi kembali untuk memetakan Adopsi Fashion Halal bagi Wanita sosialita berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan fashion halal. Model Adopsi Fashion Halal mereka sebagaimana yang digambarkan pada gambar 3 menunjukkan bahwa Adopsi Fashion Halal mereka dibentuk oleh norma subjektif dan niat mereka sendiri, namun ada potensi sikap dapat membentuk Adopsi Fashion Halal mereka. Juga niat dalam menggunakan fashion halal dibentuk oleh norma subjektif mereka. Sedangkan Adopsi Fashion Halal mereka dibentuk oleh norma subjektif yang dimediasi oleh niat. Artinya, pada model yang diusulkan mereka sangat pragmatis dan emosional dalam menggunakan fashion halal dalam melakukan suatu tindakan dalam menggunakan fashion halal.

Gambar 3
Model Perilaku Menggunakan Fashion halal



4. KESIMPULAN

Ternyata Adopsi Fashion Halal ke Wanita sosialita yang berdomisili di Kabupaten Bone memiliki karakteristik budaya tersendiri yang membentuk Adopsi Fashion Halal wanita sosialita yang diturunkan dari generasi ke generasi hanya mengikuti gaya tren yang berlaku. Oleh karena itu teori planned Behaviour harus dimodifikasi kembali jika hendak digunakan dalam memetakan Adopsi Fashion Halal Wanita sosialita dan akulturasi budaya harus diadopsi sebagai salah satu variabelnya. Sesungguhnya Adopsi Fashion Halal Wanita sosialita pada model yang diusulkan, hanya dibentuk oleh norma subjektif dan niat mereka sendiri, namun ada pontesi dari sikap mereka membentuk Adopsi Fashion Halal. Model yang diusulkan untuk memetakan Adopsi Fashion Halal Wanita sosialita, ternyata tidak bisa memetakan perilaku mereka. Hal ini bisa jadi disebabkan karena tidak mengadopsi akulturasi budaya yang merupakan karakteristik perilaku mereka. Selain itu, modifikasi teori Planned Behaviour yang digunakan untuk memetakan Adopsi Fashion Halal, ternyata juga tidak mampu mengakomodasinya, artinya wanita Sosialita di Kab. Bone artinya bisa digunakan teori lain untuk mendukungnya. Hal ini, bisa jadi disebabkan oleh metode penelitian yang digunakan, yakni metode penelitian kuantitatif, ternyata tidak mampu menjelaskan lebih dalam mengenai Adopsi Fashion Halal Wanita sosialita di Kab. Bone, dan hanya bisa diungkapkan sebatas pengujian model yang diusulkan. Oleh karena itu, penulis menanti dan mengharapkan bantuan dari peneliti lain untuk melanjutkan penelitian kami ini, agar hasilnya bisa menjadi lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Teory Of Planned Behavior. *Jurnal Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50. USA: Academic Press Inc.
- Annis, I. F. (2019). Implementasi Pengembangan Industri Fashion halal di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(2).
- Astuti, Y., Abdulahanaa, A., & Sahaka, A. (2023). REORIENTASI DAN STRATEGI PENGUSAHA DALAM MENCAPAI PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK) DI WATAMPONE. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 6(2), 58-67.
- Dewi, Murtianto Yanuar Heri, W. (2017). Structural Equation Modeling sebagai Materi untuk pengembangan Modul Mata Kuliah Kompetensi Statistik. *Jurnal Ilmiah Teknosains*, 3(1).
- Ghazali, I. (2018). *Analisis MultiVariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hafid, A., Bahri, S., Marzuki, S. N., Muis, M., & Idayanti, R. (2024). The Application of Khiyar Principles to E-Commerce Transaction: The Islamic Economy Perspective. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, 8(1), 403-420.
- Handoyo, S., Yudianto, I., & Fitriyah, F. K. (2021). Critical success factors for the

- internationalisation of small–medium enterprises in indonesia. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923358>
- Insawan, H., Karyono, O., & Farida, I. (2022). The Covid-19 Pandemic and its Impact on the Yields of Sharia Stock Business Portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), e0941-e0941.
- Jumriani, & Syaparuddin. (2021). *The Stabalishment of Halalan Thayyibah Behavior among Muslim Consumer during the Covid-19 pandemic: An evidence from bone. South Sulawesi*.
- Kamiruddin, K., Hardianti, H., & Farida, I. (2021). Implementation of Islamic Economic Values in Online Transactions. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2234-40.
- Karyono, O., & Kamiruddin, K. (2024). Strategy for Building Sharia-Conscious Competitiveness in Small and Medium Enterprises Based on Local Wisdom. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 331-344.
- Latan, S. (2018). Pengujian Validitas dan Realibilitas Konstruk Pada Organizational Citizenship Behavior. *Humanitas*, 15(1).
- Mutiyah, S. (2022). *Peran Mediasi Buying Intention dalam Membentuk Prilaku Komsumen Muslim dalam Membeli Produk Kosmetik Halal*. IAIN Bone.
- Razak, S., Abdullah, I., Raking, J., & Nuzul, A. (2023). Mediating role of socio-religious behavior on consumption pattern changes of middle-class Muslims: An analysis using SEM. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2163798.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (Cet. 16). Bandung: Alfabeta.
- Wardah, K. El, Yarmunidi, M., & Susilawati, N. (2021). *The halal fashion trends for hijabi community: ideology and consumption*. 8(2), 35–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/dinar.v8i2.9683>
- Widya, W. (2019). Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/widyastuti95120/5cda212c3ba7f74e3168b442/industri-halal-indonesia-peluang-dan-tantangan?page=all> website:
- Y, M., & I, M. (2021). *Kapitalisasi Politik Identitas dalam Produk Halal; Industri Fashion dan Kosmetika*.
- Zawya. (2022). *Global Islamic Economy Report 2017/2018*.