

Transformasi Pola Pembelian Busana Muslim: Peran Media Sosial Milenial

Nikmawati¹⁾, Syaparuddin²⁾, Jumarni³⁾

¹²³⁾Institut Agama Islam Negeri Bone

¹⁾niikmatakdiir@gmail.com, ²⁾safarb135@gmail.com,

³⁾jojo.jumarni@gmail.com³⁾

Abstrak: Studi ini mengeksplorasi hubungan antara niat, persepsi kontrol perilaku, dan dampak substansi niat dalam adopsi media sosial. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk melengkapi penelitian yang telah ada dan belum meneliti tentang menyelidiki peran media sosial milenial pola pembelian busana muslim melalui pengembangan *teori planned behavior* dengan menambahkan variabel kepatuhan syariah. Oleh karena itu studi ini berkontribusi terhadap literatur dengan berfokus pada hubungan antara kepatuhan syariah dengan adopsi media sosial dalam membeli busana muslim dan muslimah melalui mediasi niat dalam pengembangan TPB. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam pengumpulan data penelitian. Jenis populasi pada penelitian ini adalah *finite population* karena pada penelitian ini populasi yang digunakan dapat diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Teknik ini merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Selanjutnya teknik analisis data yakni Menginterpretasi hasil Uji Validitas dengan kriteria jika nilai faktor loadingnya berada di atas 0,5 maka dapat dinyatakan valid, Uji Realibilitas dengan kriteria jika nilai *composite reliability* berada di atas 0,7 maka dapat dinyatakan reliabel, Uji SEM dengan kriteria jika nilai pengaruh variabel eksogen (X1 dan X2) dan variabel inteverting (Y1) terhadap variabel endogennya (Y2) $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan signifikan pengaruhnya. Hasil penelitian ini adalah: (1) Variabel kepatuhan syariah (X1) berpengaruh signifikan terhadap niat (Y1), (2) Variabel sikap (X2) berpengaruh signifikan terhadap adopsi media sosial (Y2), (3) Persepsi variabel kontrol perilaku (X4) berpengaruh signifikan terhadap niat (Y1), (4) Variabel kontrol perilaku (X4) berpengaruh signifikan terhadap adopsi media sosial (Y2), (5) Variabel niat (Y1) berpengaruh signifikan terhadap adopsi media sosial (Y2) Adopsi media sosial (Y2) mempunyai pengaruh yang signifikan, dan (6) kontrol perilaku yang dirasakan (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap adopsi media sosial (Y2) melalui niat (Y1).

Kata kunci: Kepatuhan Syariah, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Busana Muslim dan Muslimah, Generasi Milenial.

Abstract: This study explores the relationship between intention, perceived behavioral control, and the impact of the substance of intention in social media adoption. The purpose of this study is to complement existing research that has not examined the investigation of the role of millennial social media in Muslim fashion purchasing patterns through the development of planned behavior theory by adding sharia compliance variables. Therefore, this study contributes to the literature by focusing on

the relationship between sharia compliance and social media adoption in buying Muslim and Muslimah clothing through the mediation of intention in the development of TPB. This study uses quantitative methods in collecting research data. The type of population in this study is finite population because in this study the population used can be known. The sampling technique in this study used the Simple Random Sampling technique. This technique is the taking of sample members from a population that is carried out randomly without regard to the strata in that population. Furthermore, the data analysis technique is to interpret the results of the Validity Test with the criteria that if the factor loading value is above 0.5, it can be declared valid, the Reliability Test with the criteria that if the composite reliability value is above 0.7, it can be declared reliable, the SEM test with the criteria that if the value of the influence of exogenous variables (X1 and X2) and the intervening variable (Y1) on the endogenous variable (Y2) ≤ 0.05 , it can be declared significant influence. The results of this study are: (1) Sharia compliance variable (X1) has a significant effect on intention (Y1), (2) Attitude variable (X2) has a significant effect on social media adoption (Y2), (3) Perception of behavior control variable (X4) has a significant effect on intention (Y1), (4) Behavior control variable (X4) has a significant effect on social media adoption (Y2), (5) The intention variable (Y1) has a significant effect on social media adoption (Y2) Social media adoption (Y2) has a significant effect, and (6) perceived behavioral control (X4) has a significant effect on social media adoption (Y2) through intention (Y1).

Keywords: *Sharia Compliance, Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavioral Kontrol, Muslim Clothing and Muslim Women, Millennial Generation.*

PENDAHULUAN

Busana muslim dan muslimah menjadi pusat perhatian generasi milenial, dipicu oleh aksesibilitas, tren, dan harga yang terjangkau.¹ Butik muslim memudahkan akses dengan koleksi menarik, sementara di Indonesia, busana muslim telah melampaui batasan tertentu menjadi pilihan umum. Ini mencerminkan kesadaran akan Islam dalam gaya hidup modern.² Harga terjangkau tidak hanya menarik pembeli secara besar-besaran, tetapi juga memfasilitasi pembeli satuan, memenuhi kebutuhan berbusana Islami dengan efisien, menjadikan busana muslim sebagai manifestasi budaya dan gaya hidup yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.³

¹Hartatik Hartatik et al., *Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian Dengan Teknologi Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

²Uswatun Hasanah et al., *Pengantar Studi Islam* (Global Eksekutif Teknologi, 2023).

³Deen Haag, "Butik pakaian menjadi sumber kenyamanan bagi umat Islam Belanda," terakhir diubah tahun 2018, 29 April 2023.

Studi ini mengadopsi Teori Planned Behaviour (TPB) untuk menyelidiki secara mendalam adopsi media sosial dalam pembelian busana muslim dan muslimah di kalangan generasi milenial.⁴ Selanjutnya, Studi ini memperkaya analisis dengan menambahkan variabel kepatuhan syariah, mencerminkan pemenuhan prinsip syariah yang mendukung budaya kepatuhan terhadap aturan syariah.⁵

Studi ini menggali dimensi yang jarang terjamah dalam adopsi media sosial untuk pembelian busana muslim generasi milenial, memanfaatkan Teori Planned Behaviour (TPB).⁶ Terdahulu, penelitian lebih menitikberatkan pada perilaku konsumen, harga, dan kualitas produk, kurang memfokuskan pada niat, kepatuhan syariah, sikap, persepsi kontrol perilaku, dan norma subjektif. Haerun Ansori (2019) merinci variasi perilaku konsumen muslim,⁷ Aldeana Meliani (2021) menyoroti signifikansi gaya hidup dan harga,⁸ dan Widiensyah Putra (2018) mengungkap keterkaitan desain, kualitas produk, harga, merek, dan promosi, studi ini menyoroti kekosongan dalam pemahaman niat dan dimensi kepatuhan syariah, memberikan kontribusi substansial terhadap literatur adopsi media sosial pada fashion muslim.⁹

Literatur Review dan Hipotesis

a. Teori Planned Behaviour (TPB)

Teori Planned Behaviour (TPB) menandai sebuah pergeseran paradigma yang substansial dari Reasoned Action Theory, menggambarkan kemajuan yang mendalam dan menyeluruh dalam pemahaman motivasi manusia. Sementara *Reasoned Action Theory* mengidentifikasi norma subjektif dan sikap terhadap perilaku sebagai pendorong niat tindakan, TPB menghadirkan dimensi baru yang signifikan, yaitu *perceived behavioral kontrol*.¹⁰ Faktor ini

⁴ Icek ajzen (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, No. 2 (1991).

⁵Adrian Sutedi, “Kepatuhan Syariah,” <http://repositori.unsil.ac.id/3118/5/9>. BAB II.pdf.

⁶Icek Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

⁷Haerun Ansori, “Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Dan Muslimah Di Toko Atikah Collection123 Perumnas Kelurahan Tanjung Karang Permai Kecamatan Sekarbela Kota Mataram” (Uin Mataram, 2019).

⁸Aldeana Meliani, Ahmad Mulyadi Kosim et Hilman Hakiem, “Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace,” *El-Mal: Jurnal Ekonomi Islam dan Studi Bisnis* 2, mba. 3 (2021): 174–186.

⁹Khairudin Khairuddin, “Adat Tabut Dan Konstruksi Tradisi Keagamaan Akulturatif Masyarakat Bengkulu” (Literasi Nusantara, 2023).

¹⁰Abu Elnasr E Sobaih, Mohamed Algezawy, and Ibrahim A Elshaer, “Adopting an Extended Theory of Planned Behaviour to Examine Buying Intention and Behaviour of Nutrition-Labelled Menu for Healthy Food

memperkenalkan elemen kritis tentang keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam mengendalikan perilaku yang diinginkan. Dengan penekanan ini, TPB memberikan wawasan yang lebih mendalam dan terperinci terkait motivasi serta kontrol individu terhadap perilaku, membuka pintu bagi pemahaman yang lebih kaya terhadap dinamika kompleks yang membentuk keputusan dan aksi manusia.¹¹

b. Busana Muslim dan Muslimah

Melampaui fungsi pakaian biasa, menjadi manifestasi visual yang mendalam tentang nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam.¹² Pemilihan busana, seperti gamis, koko, hijab, atau abaya, bukan sekadar penutup tubuh, melainkan simbol identitas keagamaan, ketaatan, dan kesederhanaan. Dalam setiap pilihan pakaian, terkandung kesadaran akan dampak simboliknya sebagai representasi konkret dari ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Busana muslim dan muslimah bukan hanya tentang gaya, melainkan juga keseimbangan antara identitas individu dan komitmen mendalam terhadap prinsip-prinsip agama.¹³

c. Niat dan Adopsi Media Sosial

TPB memberikan pandangan yang mendalam terkait hubungan antara Niat (*Intention*) dan adopsi Media Sosial (*Social Media Adoption*). TPB menyatakan bahwa niat individu untuk mengadopsi media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap media sosial, melainkan juga oleh norma sosial di lingkungan sekitar dan persepsi kendali atas perilaku tersebut.¹⁴ Faktor-faktor seperti persepsi manfaat dan risiko, pengaruh dari orang-orang terdekat, serta keyakinan terhadap kontrol pribadi dalam mengadopsi media sosial memainkan peran kunci dalam membentuk niat, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan untuk mengadopsi dan menggunakan media sosial.¹⁵ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H1: Niat secara signifikan mempengaruhi Adopsi Media Sosial

Choices in Quick Service Restaurants: Does the Culture of Consumers Really Matter?," *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20, no. 5 (2023): 4498.

¹¹Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational behavior and human decision processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

¹²Nuraida Fitriah Bohari, Idris Parakkasi, and Andi Syathir Sofyan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Busana Muslimah Secara Online Selama Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba," *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2023): 85–96.

¹³Putri Fatrisia, Teuku Isnaini, And Boihaki Boihaki, "Analisis Strategi Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslimah," *Jurnal Ekobismen* 3, No. 2 (2023): 1–11.

¹⁴Ajzen, "Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-TThe Theory of Planned Behavior."

¹⁵Sari Novita, "Pengaruh Faktor Penerimaan Teknologi, Faktor Sosial, Persepsi Risiko Terhadap Sikap Dan Niat Untuk Membeli (Studi Pada Pengguna Aplikasi Selular Shopee)" (Universitas Lampung, 2023).

d. Persepsi Kontrol Perilaku dan Adopsi Media Sosial

Persepsi Kontrol Perilaku dalam kerangka TPB menggambarkan keyakinan individu terhadap kapasitas mereka untuk mengendalikan perilaku tertentu, seperti adopsi Media Sosial (*Social Media Adoption*).¹⁶ Dalam konteks adopsi media sosial, tingkat keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi hambatan teknis dan mengelola kendala akses dapat secara substansial mempengaruhi niat mereka untuk mengadopsi platform tersebut. Individu yang merasa memiliki kendali lebih tinggi terhadap perilaku adopsi media sosial cenderung memiliki niat yang lebih kuat dan kemungkinan lebih besar untuk benar-benar mengadopsi dan menggunakan media sosial.¹⁷ Dengan demikian, persepsi kontrol perilaku menjadi elemen kunci dalam memahami bagaimana faktor-faktor internal individu berkontribusi pada proses adopsi media sosial menurut TPB.¹⁸ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H2: Persepsi Kontrol Perilaku secara signifikan mempengaruhi Adopsi Media Sosial

e. Kepatuhan Syariah dan Niat

Dalam paradigma TPB, keterkaitan antara Kepatuhan Syariah dan niat dapat diartikulasikan melalui landasan teoritis TPB yang mencakup adanya kepribadian, harga diri dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap yang baik pada tempatnya mencakup kepatuhan syariah dan norma subjektif yang mendukung nilai-nilai kepatuhan syariah dapat membentuk niat individu untuk menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam perilaku mereka sehari-hari.¹⁹ Selanjutnya, persepsi kontrol perilaku, yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya mengendalikan tingkat kepatuhan syariah, juga mempengaruhi pembentukan niat.²⁰ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H3: Kepatuhan Syariah secara signifikan mempengaruhi niat

f. Sikap dan Niat

¹⁶Ajzen, "Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-TThe Theory of Planned Behavior."

¹⁷Astri Rumondang, Acai Sudirman, and Samsider Sitorus, "Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen" (Yayasan Kita Menulis, 2020).

¹⁸Kurnia Hardi, "Adopsi Teknologi Informasi Sebagai Efek Pandemi Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Halal Pada Umkm Berbasis Digital Dengan Pendekatan Kerangka Masalah," *Jebi (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 6, no. 1 (2021): 36–63.

¹⁹Budi Sulistiyo et al., "Analisis Konsep Etika, Norma, Dan Hukum Dalam Implementasi Hukum Ekonomi Syariah," *Strata Social and Humanities Studies* 1, no. 2 (2023): 193–203.

²⁰Ajzen, "Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-The Theory of Planned Behavior."

Dalam TPB, sikap dan niat saling terkait dan menjadi elemen kunci dalam memahami perilaku individu. Sikap mencerminkan penilaian subjektif terhadap kebaikan atau keburukan suatu perilaku, sedangkan niat adalah keinginan individu untuk melaksanakan perilaku tersebut di masa depan. Sikap yang positif terhadap suatu tindakan dapat memperkuat niat individu untuk melibatkan diri dalam perilaku tersebut. Sebagai contoh, sikap yang baik terhadap penggunaan energi terbarukan dapat meningkatkan niat seseorang untuk beralih ke sumber energi yang lebih ramah lingkungan.²¹ Dalam TPB, sikap tidak hanya dipahami sebagai respons emosional terhadap perilaku, tetapi juga sebagai penilaian rasional yang mempengaruhi pembentukan niat. Dengan memasukkan sikap ke dalam kerangka kerja ini, TPB menyediakan pandangan yang lebih holistik terhadap dinamika perilaku manusia, memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana sikap memainkan peran kunci dalam membentuk niat dan, akhirnya, perilaku individu.²² Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H4: Sikap secara signifikan mempengaruhi Niat

g. Norma Subjektif dan Niat

Dalam TPB, norma subjektif memainkan peran penting membentuk niat individu dengan menginternalisasi pengaruh sosial. Sebagai refleksi pandangan yang dianggap signifikan dalam lingkungan sosial, norma subjektif positif atau dukungan kelompok dapat mendorong pembentukan niat positif terkait perilaku tertentu. Sebagai contoh, dukungan terhadap penggunaan energi terbarukan dapat merangsang niat individu untuk terlibat dalam praktek tersebut. Norma subjektif, sebagai mediator, memahami bagaimana pengaruh sosial mempengaruhi pembentukan niat dan akhirnya perilaku individu. Dengan memasukkan norma subjektif.²³ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H5: Norma Subjektif secara signifikan mempengaruhi Niat

h. Persepsi Kontrol Perilaku dan Niat

Dalam kerangka TPB, Persepsi Kontrol Perilaku memiliki peran sentral dalam membentuk niat individu dan meramalkan perilaku. Ini mencerminkan keyakinan individu terhadap

²¹Laela Laela, "Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan, Gaya Hidup, Kepercayaan Hijau Terhadap Sikap Pada Produk Hijau, Niat Beli Yang Baik Dan Perilaku Pembelian Hijau (Masyarakat Kota Makassar" (Universitas Hasanuddin, 2023).

²²Ajzen, "Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-TThe Theory of Planned Behavior."

²³Arrum Roesmawati And Fuad Hasyim, "Pengaruh Theory Of Planned Behavior Dalam Menganalisis Keputusan Membayar Zakat Pada Lazis Jateng Sukoharjo" (Uin Raden Mas Said, 2023).

kemampuannya untuk mengendalikan dan berhasil melaksanakan suatu tindakan.²⁴ Tingkat kendali yang tinggi secara positif mempengaruhi pembentukan niat, sementara Persepsi Kontrol Perilaku yang rendah dapat menghambat pembentukan niat positif.²⁵ Dengan mempertimbangkan faktor internal ini, TPB memberikan perspektif menyeluruh tentang bagaimana persepsi kontrol diri membentuk keyakinan dan niat individu, mempengaruhi keputusan, dan implementasi perilaku. Integrasi Persepsi Kontrol Perilaku dalam TPB mengakui peran faktor internal krusial dalam dinamika pembentukan niat dan pelaksanaan tindakan.²⁶ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H6: Persepsi Kontrol Perilaku secara signifikan mempengaruhi Niat

i. Niat Sebagai Mediator

Dalam TPB, niat berperan sebagai mediator penting yang mengurai kompleksitas hubungan antara sikap, norma subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku dengan perilaku yang akan diadopsi.²⁷ Sikap positif terhadap suatu tindakan, norma subjektif yang mendukung, dan tingkat Persepsi Kontrol Perilaku yang tinggi, secara kolaboratif membentuk niat individu untuk melaksanakan tindakan tersebut.²⁸ Niat, sebagai ekspresi dari keinginan dan tekad individu, menjadi titik sentral dalam memahami bagaimana faktor-faktor psikologis dan sosial saling terhubung untuk membentuk keputusan dan tindakan konkret.²⁹ Berdasarkan pembahasan ini maka dapat dihipotesiskan:

H7(a-d): Niat dapat memediasi hubungan antara:

- a) Kepatuhan Syariah dengan adopsi media sosial***
- b) Sikap dengan adopsi media sosial***
- c) Norma subjektif dengan adopsi media sosial***
- d) Persepsi Kontrol Perilaku dengan adopsi media sosial***

²⁴H Ekawarna, *Monograf Intensi (Niat) Berwirausaha Mahasiswa Dan Variabel Yang Mempengaruhinya* (Deepublish, 2023).

²⁵Ridwan Daud Mahande, *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model Dan Studi Empiris* (Indonesia Emas Group, 2023).

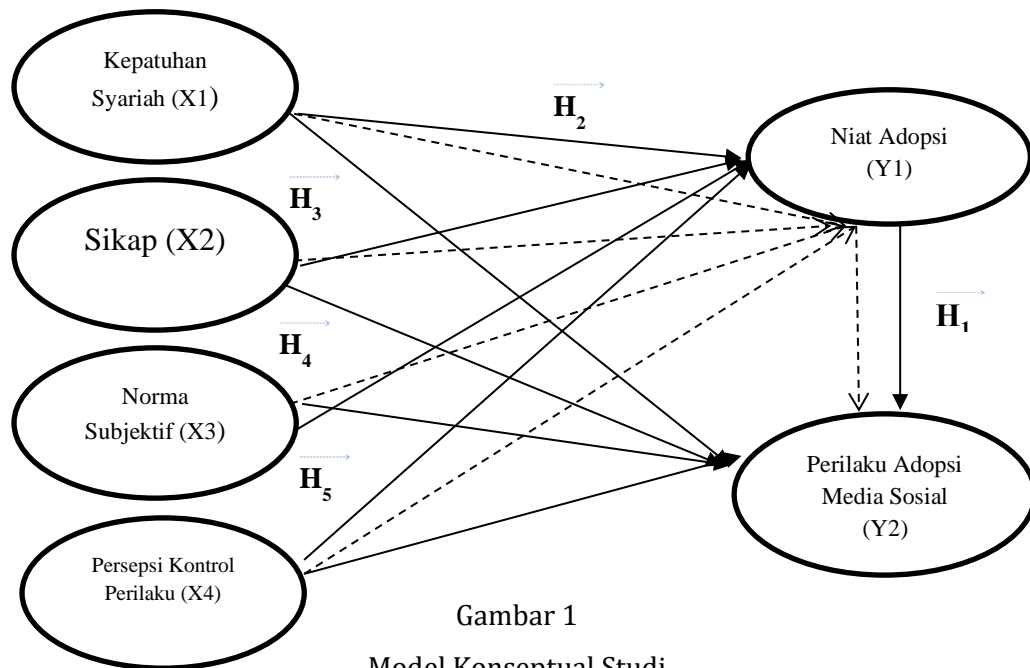
²⁶Ajzen, "Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-TThe Theory of Planned Behavior."

²⁷Desna Ramadanti, "Pengaruh sikap dan persepsi halal terhadap niat mengunjungi destinasi wisata halal pada masyarakat Islam berdasarkan teori perilaku terencana" (2023).

²⁸Ni Putu Tya Rumala Sari, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Pembelian Produk Smartphone iPhone Di Kabupaten Tabanan Kecamatan Marga" (Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2023).

²⁹Ajzen, (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-The Theory of Planned Behavior."

Model Konseptual Studi



Model konseptual studi ini, sebagaimana tergambar dalam gambar 1, menguraikan secara terinci hubungan antar variabel dalam konteks pengembangan hipotesis. Variabel laten eksogen, seperti X1, X2, X3, dan X4, memiliki hubungan langsung dengan variabel intervening, yaitu niat (Y1). Penekanan khusus diberikan pada pengaruh langsung X4 terhadap variabel endogen, Y2 (Perilaku Respon). Panah garis lurus merepresentasikan dengan jelas hubungan langsung antara faktor-faktor tersebut, sementara panah garis putus-putus menggambarkan pengaruh secara tidak langsung antara variabel laten eksogen dan Y2 melalui Y1. Dengan demikian, model ini tidak hanya menyajikan kompleksitas interaksi antar variabel, tetapi juga memberikan landasan yang kokoh untuk perumusan hipotesis dan penelitian empiris yang lebih mendalam.

METODE PENELITIAN

Sampel dan Data

Waktu pengumpulan data juli 2023 dan Agustus 2023, kami melakukan pengumpulan data rinci menggunakan pengambilan *Simple Random Sampling*. Kelompok sasaran kami terdiri dari Mahasiswa FEBI IAIN Bone. Kami menggunakan platform Google Formulir, dibagikan melalui WhatsApp, mengumpulkan 200 responden.

Pengukuran

Penelitian ini memvalidasi model konseptual melalui kuesioner dengan dua bagian. Pertama bagian menguraikan tujuan dan panduan peserta, mengumpulkan data sosio-demografi seperti jenis kelamin, usia, program studi, angkatan dan pendapatan/uang saku per bulan. Bagian kedua, membangun model, Skala Likert 5 poin digunakan, mulai dari “sangat tidak setuju” (1) hingga “sangat setuju” (5). Itu termasuk 20 pertanyaan: masing-masing 5 pertanyaan untuk setiap variabel yaitu: perilaku adopsi media sosial (Y2), niat (Y1), kepatuhan syariah (X1), sikap (X2), norma subjektif (X3), dan persepsi kontrol perilaku (X4).

Analisis Data

Perangkat lunak SmartPLS versi *Profesional* memfasilitasi analisis, menggunakan Partial Least-Squares Teknik *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).³⁰ Analisis dua langkah dari SEM-PLS dimulai dengan pengukuran model, evaluasi validitas dan reliabilitas. Konvergen validitas memerlukan pemuatan factor, reliabilitas komposit, dan rata-rata variance diekstraksi (AVE) untuk melebihi 0,7.³¹ Validitas diskriminan dinilai menggunakan cross-loading dan Kriteria Fornell-Larcker. Reliabilitas menggunakan cronbach's alpha, dengan nilai di atas 0.6 menunjukkan keandalan.³² Kepatuhan terhadap kondisi pengukuran pengujian hipotesis sebelumnya. Analisis model struktural memerlukan nilai R-Square (0,75 kuat, 0,50 sedang, 0,25 lemah, 0,90 overfit) dan P-Values signifikan (0,05). R-Square yang disesuaikan nilai diatas 0,25 dan 0,50 menunjukkan prediksi yang signifikan. Nilai F-Square berkisar antara 0,02 (efek minor) hingga 0,35 (efek substansial).³³

³⁰Anggreiny A Onibala, Yaulie Rindengan et Arie SM Lumenta, “Analisis Penerapan Model Utaut 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara” (2021).

³¹Rahmad Solling Hamid and Suhardi M Anwar, “Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian” (PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019).

³²Fitoria Melinda Aulia Nursantoso dan Irwan Maulana, “Penentuan Komunikasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Bank Tangerang Raya”, I-Best: Penelitian Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah 2, Nr.2 (2023): 136-147.

³³Oshid Akbar Pratama, “Analisis Penerimaan Teknologi Selama Bekerja Online Menggunakan Hedonicmotivation System Adoption Model (Hmsam)” (Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, n.d.).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Profil Responden

Tabel 1 memberikan gambaran demografi komprehensif yang mencakup nama, jenis kelamin, program studi, angkatan dan pendapatan/uang saku per bulan. Perempuan mendominasi (73%), usia dominan 21-25 (51,5%), program studi ekonomi syariah (78,5%), angkatan 2020 (49,5%), tingkat pendidikan 50,5% bergelar sarjana, sedangkan penghasilan Rp.500.000-Rp. 1.000.000 sebesar 25,5%.

Tabel 1
Profil Responden

Kriteria/Kategori	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa FEBI IAIN Bone	200	100%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	54	27%
Perempuan	146	73%
Jumlah	200	100%
Usia		
15-20 Tahun	97	48,5%
21-25 Tahun	103	51,5%
26-30 Tahun	0	0%
Diatas 30 Tahun	0	0%
Jumlah	200	100%
Program Studi		
Ekonomi Syariah	157	78,5%
Perbankan Syariah	25	12,5%
Akuntansi Syariah	18	9%
Jumlah	200	100%
Angkatan		
2019	21	10,5%
2020	99	49,5%
2021	60	30,0%
2022	20	10%
Jumlah	200	100%
Pendapatan		
Dibawah Rp. 500.000	140	70,0%
Rp. 500.000-Rp.1.000.00	51	25,5%
Rp. 1.000.000-Rp.3.000.00	7	3,5%
Rp. 3.000.000-5.000.000	2	1,0%
Diatas 5.000.000	0	0%
Jumlah	200	100%

Sumber: Data primer (angket) diolah, 2023

Penilaian Model Pengukuran

Penilaian model SEM-PLS melibatkan Loading factor, Cronbach alpha, composite reliabilitas, AVE, dan validitas diskriminan. Tabel 2 menampilkan nilai-nilai untuk langkah-langkah ini. Semuanya melampaui ambang batas yang direkomendasikan ($\alpha > 0,7$, $AVE > 0,5$). Ini menunjukkan pengukuran yang kuat dan selaras.³⁴

Tabel 2
Konstruk Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading factor(λ)	Keandalan Komposit Alpha	Cronbach (rho_c)	Rata-rata Varian Diekstraksi (AVE)
Adopsi media sosial (Y2)	Y2.1	0,726	0.815	0.873	0.581
	Y2.2	0,866			
	Y2.3	0,159			
	Y2.4	0,804			
	Y2.5	0,775			
Niat (Y1)	Y1.1	0,824	0.782	0.856	0.56
	Y1.2	0,857			
	Y1.3	0,637			
	Y1.4	0,604			
	Y1.5	0,743			
Kepatuhan Syariah (X1)	X1.1	0,772	0.854	0.897	0.637
	X1.2	0,701			
	X1.3	0,843			
	X1.4	0,846			
	X1.5	0,626			
Sikap (X2)	X2.1	0,837	0.419	0.571	0.497
	X2.2	0,835			
	X2.3	0,832			
	X2.4	0,346			
	X2.5	0,771			
Norma Subjektif (X3)	X3.1	0,873	0.805	0.856	0.548
	X3.2	0,851			
	X3.3	0,854			
	X3.4	0,727			
	X3.5	0,664			
Persepsi Kontrol Perilaku (X4)	X4.1	0,893	0.626	0.788	0.51
	X4.2	0,336			
	X4.3	0,818			
	X4.4	0,818			
	X4.5	0,379			

³⁴Lenni Khotimah Harahap and M Pd, "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)," Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang 1, no. 1 (2020).

		0,862			
--	--	-------	--	--	--

Sumber: Data primer (angket) diolah, 2023

Nilai AVE pada Tabel 3 (>0,50) mengkonfirmasi validitas konvergen yang kuat. Mengikuti Fornell dan Kriteria Larcker, akar kuadrat AVE melebihi korelasi antar konstruk. Item diagonal yang tebal menunjukkan akar kuadrat AVE melampaui interkorelasi, menyoroati diskriminan yang kuat validitas.³⁵

Tabel 3
Discriminant Validity

Variabel	Kepatuhan Syariah (KSY)	Sikap (SI)	Norma Subjektif (NS)	Persepsi Kontrol Perilaku (PKP)	Niat (NI)	Adopsi Media Sosial (PR)
X1						
X2	0.822					
X3	0.796	0.771				
X4	0.791	0.668	0.735			
Y1	0.576	0.525	0.609	0.569		
Y2	0.734	0.76	0.708	0.859	0.664	

Sumber: Data primer (angket) diolah, 2023

Penilaian Model Struktural

Dengan menggunakan Smart PLS 4, model struktural mengevaluasi efek langsung dan tidak langsung sesuai dengan tujuan penelitian pada tabel 4 gambar 1 terkonfirmasi ($P < 0.05$ atau $T > 1.96$): (Sikap dan Norma subjektif memperlemah niat), (Kepatuhan syariah dan Norma subjektif memperlemah adopsi media sosial), kemudian (Norma subjektif, Persepsi kontrol perilaku dan niat mempengaruhi Adopsi media sosial), (Kepatuhan syariah dan Persepsi kontrol perilaku memperkuat niat).

Tabel 4
Penilaian Model Struktural (Hasil Efek Langsung dan Keputusan)

No.	Hubungan Kausalitas	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keputusan
1.	X1 -> Y1	0.214	0.214	0.087	2.462	0.014	Diterima
2.	X1 -> Y2	0.15	0.149	0.101	1.477	0.14	Ditolak
3.	X2 -> Y1	0.117	0.117	0.103	1.132	0.258	Ditolak
4.	X2 -> Y2	0.215	0.209	0.095	2.258	0.024	Diterima

³⁵Penny Chariti Lumbanraja and Pretty Luci Lumbanraja, "Analisis Variabel Ekonomi Hijau (Green Economy Variable) Terhadap Pendapatan Indonesia (Tahun 2011-2020) Dengan Metode SEM-PLS," *Cendekia Niaga* 7, no. 1 (2023): 61-73.

5.	X3 -> Y1	0.16	0.16	0.11	1.449	0.147	Ditolak
6.	X3 -> Y2	0.106	0.113	0.087	1.219	0.223	Ditolak
7.	X4 -> Y1	0.217	0.22	0.092	2.368	0.018	Diterima
8.	X4 -> Y2	0.375	0.377	0.103	3.623	0	Diterima
9.	Y1 -> Y2	0.208	0.212	0.08	2.599	0.009	Diterima

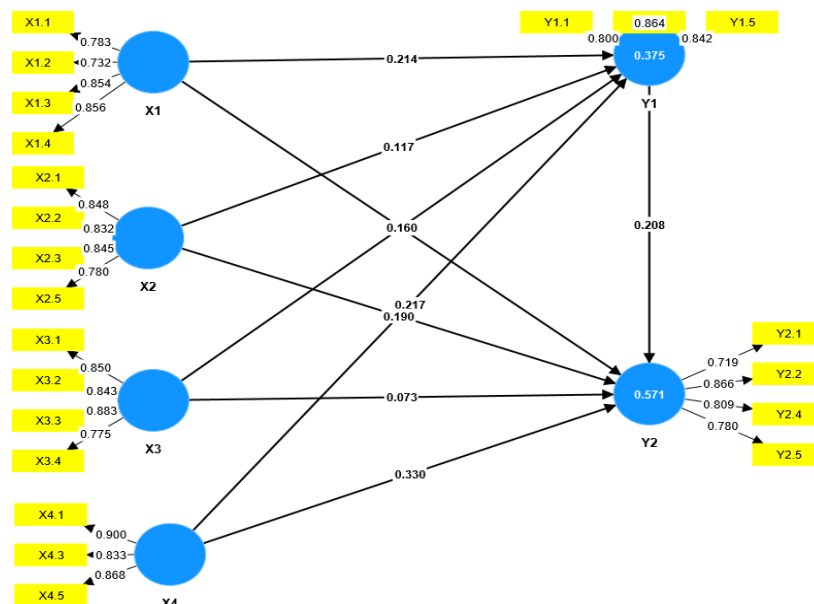
Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Efek tidak langsung dievaluasi menggunakan bootstrap PLS-SEM.³⁶ Tabel 5 dan gambar 1 menampilkan hasil, mengkonfirmasi hipotesis Sikap dan Norma subjektif ($P > 0.05$ atau $T < 1.96$) artinya ditolak, sedangkan Kepatuhan syariah dan Norma subjektif ($P < 0.05$ or $T > 1.96$). Niat secara eksklusif menjadi perantara dalam hubungan generasi milenial antara kepatuhan syariah, norma subjektif dan adopsi media sosial.

Tabel 5
Penilaian Model Struktural (Hasil dan Keputusan Efek Tidak Langsung)

No.	Hubungan Kausalitas	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keputusan
1.	X1 -> Y1 -> Y2	0.045	0.046	0.027	1.647	0.1	kalotiD
2.	X2 -> Y1 -> Y2	0.024	0.024	0.024	1.002	0.316	kalotiD
3.	X3 -> Y1 -> Y2	0.033	0.036	0.03	1.12	0.263	kalotiD
4.	X4 -> Y1 -> Y2	0.045	0.047	0.027	1.649	0.099	amiretiD

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023



³⁶Marko Sarstedt, Joseph F Hair Jr, and Christian M Ringle, "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet'-retrospective Observations and Recent Advances," *Journal of Marketing theory and Practice* 31, no. 3 (2023): 261-275.

Sumber: Data primer (angket) diolah, 2023

Gambar 2
Hasil Analisis Smart-PLS

Tabel 6
Uji Model (R-Square)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Niat (Y1)	0.354	0.341
Adopsi Media Sosial (Y2)	0.576	0.565

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Tabel 6 mengungkapkan tampilan nilai R-Square dan Adjusted R-Square dampak variabel independen pada variabel dependen. Keputusan syariah, sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku dan niat. Kepatuhan syariah, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat memberikan kontribusi sebesar 5,76 terhadap adopsi media sosial. Nilai R-Square Adjusted ($>0,50$) memprediksi dengan baik.

Pembahasan

Dalam Tabel 4, disajikan nilai-nilai penting seperti Nilai T (2,599, 3,623) dan Nilai β (0,208, 0,375) untuk niat dan persepsi kontrol perilaku terkait adopsi media sosial (H1, H2). Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan sebelumnya oleh Sayuti et al., (2020)³⁷, Rahma Said & Aulia (2023)³⁸, Djatnika et al., (2021)³⁹, Sutisna & Nana (2023)⁴⁰.

Dalam analisis yang cermat, terlihat dengan jelas bahwa niat individu untuk mengadopsi media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap media sosial, melainkan juga oleh norma sosial di lingkungan sekitar dan persepsi kendali atas perilaku tersebut. Dalam konteks adopsi media sosial, tingkat keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi hambatan teknis dan mengelola kendala akses dapat

³⁷Abdul Malik Sayuti et Harmon Chaniago, "Peran Adopsi Teknologi Media Sosial Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Rekayasa Politeknik Negeri Bandung," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 6, no. 3 (2020): 131–142.

³⁸Bapak Auliya Rama mengatakan: "Pengaruh media sosial terhadap perkembangan kinerja UMKM sektor makanan dan minuman Kota Yogyakarta" (Universitas Islam Indonesia, 2023).

³⁹Tjetjep Djatnika and Arie Indra Gunawan, "Perspektif Adopsi Media Sosial Sebagai Implementasi Teknologi Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) Pada UMKM," *Jurnal Bhakti Persada Sains dan Teknologi Terapan* 7, no. 2 (2021): 78–87.

⁴⁰Nana Sutisna, "Implementasikan Sistem Informasi Dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce," *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi* 2, no. 1 (2023): 20–30.

secara substansial mempengaruhi niat mereka untuk mengadopsi platform tersebut. Individu yang merasa memiliki kendali lebih tinggi terhadap perilaku adopsi media sosial cenderung memiliki niat yang lebih kuat dan kemungkinan lebih besar untuk benar-benar mengadopsi dan menggunakan media sosial.⁴¹ Dengan demikian, persepsi kontrol perilaku menjadi elemen kunci dalam memahami bagaimana faktor-faktor internal individu berkontribusi pada proses adopsi media sosial menurut TPB.⁴² Analisis data dari Tabel 4, persepsi kontrol perilaku yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya mengendalikan tingkat kepatuhan syariah, juga mempengaruhi pembentukan niat. Dengan demikian, TPB memberikan perspektif konseptual yang mendalam untuk memahami bagaimana faktor-faktor psikologis dan sosial berinteraksi dalam membentuk niat dan, akhirnya, mempengaruhi kepatuhan syariah dalam praktik individu.⁴³

Tabel 4 juga memaparkan nilai-nilai seperti Nilai T (2,462, 1,132, 1,449, 2,368) dan Nilai β (0,214, 0,117, 0,16, 0,217) untuk kepatuhan syariah, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terkait dampak substansi dari niat (H3, H4, H5, H6). Hal ini sejalan studi yang dilakukan oleh Syam & Asriah (2022)⁴⁴, Fikri & Kiki Zaenul (2023)⁴⁵, Hardi & Kurnia (2021)⁴⁶, Arfiyah & Moehammad Reza (2020)⁴⁷. Dalam analisis data ini, Sikap yang positif terhadap suatu tindakan dapat memperkuat niat individu untuk melibatkan diri dalam perilaku tersebut. Sebagai contoh, sikap yang baik terhadap penggunaan energi terbarukan dapat meningkatkan niat seseorang untuk beralih ke sumber energi yang lebih ramah lingkungan.⁴⁸ Dalam TPB, sikap tidak hanya dipahami sebagai respons emosional terhadap

⁴¹Astri Rumondang, Acai Sudirman, and Samsider Sitorus, "Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen" (Yayasan Kita Menulis, 2020).

⁴²Nyoman Dwika Ayu Amrita Et Al., "Implementasi sistem informasi untuk mendukung perilaku pembelian dalam pengambilan keputusan pembelian e-commerce", *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi* 2, No. 1 (2023): 20–30.

⁴³Rusdin Tahir et al., *Metodologi Penelitian: Teori, Masalah Dan Kebijakan* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

⁴⁴Asriah Syam, "Pengaruh Konten Sosial Media Dan Sikap Terhadap Perilaku Membeli Produk Asuransi Kesehatan Di Kota Makassar," *Equity: Journal Of Economics, Management And Accounting* 17, No. 1 (2022): 14–21.

⁴⁵Kiki Zaenul Fikri, "Dampak pengetahuan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat generasi Y dalam berinvestasi di surat berharga" (ND).

⁴⁶Hardi, "Adopsi Teknologi Informasi Sebagai Efek Pandemi Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Halal Pada Umkm Berbasis Digital Dengan Pendekatan Kerangka Masalah."

⁴⁷Moehammad Reza Arfiyah, "Implementasi Perilaku Kerja Berbasis Nilai Budaya Kerja (NBK) Pada Kementerian Agama Republik Indonesia: Analisis Dengan Pendekatan Modifikasi Theory Of Planned Behavior (TPB)" (2020).

⁴⁸Tahir et al., *Metodologi Penelitian: Teori, Masalah Dan Kebijakan*.

perilaku, tetapi juga sikap sebagai penilaian rasional yang mempengaruhi pembentukan niat.⁴⁹

Selanjutnya dalam Tabel 5, terlihat efek mediasi dari niat antara kepatuhan syariah, kepribadian, pengaturan diri dan kontrol perilaku yang dirasakan adopsi media sosial (Nilai T : 1,647, 1,002, 1,12, 1,649; Nilai β : 0,045, 0,024, 0,033, 0,045). Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Ramadhanti & Desna 2023)⁵⁰, (Sindhu & Rakyan 2023)⁵¹, (Tiara & Prisca Sabilla 2023)⁵².

Dalam analisis data, kerangka TPB Persepsi Kontrol Perilaku memiliki peran sentral dalam membentuk niat individu dan meramalkan perilaku. Ini mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengendalikan dan berhasil melaksanakan suatu tindakan.⁵³ Tingkat kendali yang tinggi secara positif mempengaruhi pembentukan niat, sementara Persepsi Kontrol Perilaku yang rendah dapat menghambat pembentukan niat positif⁵⁴.

Dalam interaksi kompleks antara individu dan media sosial, niat bereaksi memiliki peran sentral sebagai mediator yang menghubungkan persepsi kontrol perilaku. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi antara kekuatan niat bertindak dan adopsi media sosial (Nilai T: 1,649; Nilai β : 0,045), menandakan bahwa Dalam TPB, niat berperan sebagai mediator penting yang mengurai kompleksitas hubungan antara sikap, norma subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku dengan perilaku yang akan diadopsi. Sikap positif terhadap suatu tindakan, norma subjektif yang mendukung, dan tingkat Persepsi Kontrol Perilaku yang tinggi, secara kolaboratif membentuk niat individu untuk melaksanakan tindakan tersebut. Niat, sebagai ekspresi dari keinginan dan tekad individu, menjadi titik sentral dalam memahami bagaimana faktor-faktor psikologis dan sosial saling terhubung untuk membentuk keputusan dan tindakan konkret. Dengan mengaplikasikan niat sebagai

⁴⁹S H Kelik Wardiono and S H Saepul Rochman, *Filsafat Hukum: Dialektika Wacana Modernis* (Muhammadiyah University Press, 2020).

⁵⁰Ramadhanti, "Pengaruh sikap dan persepsi halal terhadap niat mengunjungi destinasi wisata halal di negara-negara Islam bergantung pada konsep perilaku yang dianjurkan.."

⁵¹Rakyan Sindhu, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegunaan dan Nilai Aplikasi Berbasis Financial Technology dan Layanan Ovo Bagi UMKM" (Universitas Islam Indonesia, 2023).

⁵²Prisca Sabilla Tiara, "Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Counterfeits Fashion Products Yang Dimoderasi Oleh Pendapatan Personal" (Universitas Lampung, 2023).

⁵³Ronald Ardiistu Wiratama, "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Sido Agung Group" (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta, N.D.).

⁵⁴Dwi Afni Maileni, "Rekonstruksi Perjanjian Baku Yang Berklausula Eksonerasi Pada Peer To Peer Lending Financial Technology Berlandaskan nilai keadilan" (Universitas Islam Sultan Agung, 2023).

mediator, TPB memberikan perspektif yang mendalam dan terperinci mengenai proses internal yang membentuk perilaku, memperkaya pemahaman kita tentang dinamika kompleks di balik pengambilan keputusan individu.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini secara menyeluruh memberikan pencerahan tentang faktor-faktor kunci yang terlibat dalam adopsi media sosial, khususnya niat dan persepsi kontrol perilaku, sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 4. Meskipun tidak memberikan rincian statistik tertentu, analisis data memberikan wawasan mendalam tentang relevansi dan dampak substansial variabel-variabel tersebut dalam konteks penggunaan media sosial. Temuan ini secara konsisten sejalan dengan penelitian sebelumnya, memperkuat dasar pengetahuan terkait adopsi media sosial. Tabel 5 memperdalam pemahaman dengan menunjukkan efek mediasi dari niat pada hubungan antara X1, X2, X3, X4 dengan Y2. Hasil ini bukan hanya mengkonfirmasi temuan sebelumnya, tetapi juga menegaskan peran sentral niat sebagai perekat dalam dinamika perilaku pengguna media sosial.

Saran

Saran untuk penelitian berikutnya melibatkan eksplorasi mendalam terhadap variabel-variabel yang dapat mempengaruhi adopsi media sosial, seperti pengaruh budaya lokal atau faktor psikologis seseorang. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, diharapkan dapat menambah pengetahuan yang mendalam terkait kompleksitas penggunaan media sosial. Implikasi praktis dari temuan ini memberikan rekomendasi kepada pemangku kepentingan industri dan praktisi media sosial untuk memfokuskan strategi pemasaran dan pengembangan *platform* pada memahami serta memperkuat niat positif pengguna terkait kepatuhan syariah, kepribadian, nilai-nilai pribadi dan kontrol perilaku. Dengan demikian, hasil ini dapat berpotensi menjadi panduan praktis yang berharga dalam meningkatkan interaksi dan penerimaan pengguna terhadap media sosial dengan memperhatikan faktor-faktor psikologis dan budaya yang mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi. "Kepatuhan Syariah." [Http://Repositori.Unsil.Ac.Id/3118/5/9](http://Repositori.Unsil.Ac.Id/3118/5/9). Bab Ii.Pdf.
- Ajzen, Icek. "Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. Doi:10.1016/0749-5978(91)90020-Tthe Theory Of Planned Behavior." *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, No. 2 (1991).
- . "The Theory Of Planned Behavior." *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, No. 2 (1991): 179–211.
- . "The Theory Of Planned Behavior." *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, No. 2 (1991): 179–211.
- Amrita, Nyoman Dwika Ayu, I Wayan Gede Supartha, I Gusti Ayu Ketut Giantari, And Ni Wayan Ekawati. *Niat Menggunakan E-Money Berlandaskan Tri Kaya Parisudha: Konsep Dan Aplikasi*. Cv. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Ansori, Haerun. "Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Dan Muslimah Di Toko Atikah Collection123 Perumnas Kelurahan Tanjung Karang Permai Kecamatan Sekarbela Kota Mataram." Uin Mataram, 2019.
- Arfiansyah, Moehammad Reza. "Implementasi Perilaku Kerja Berbasis Nilai Budaya Kerja (Nbk) Pada Kementerian Agama Republik Indonesia: Analisis Dengan Pendekatan Modifikasi Theory Of Planned Behavior (Tpb)" (2020).
- Bohari, Nuraida Fitriah, Idris Parakkasi, And Andi Syathir Sofyan. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Busana Muslimah Secara Online Selama Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba." *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, No. 1 (2023): 85–96.
- Djatnika, Tjetjep, And Arie Indra Gunawan. "Perspektif Adopsi Media Sosial Sebagai Implementasi Teknologi Manajemen Hubungan Pelanggan (Crm) Pada Umkm." *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi Ipteks* 7, No. 2 (2021): 78–87.
- Ekawarna, H. *Monograf Intensi (Niat) Berwirausaha Mahasiswa Dan Variabel Yang Mempengaruhinya*. Deepublish, 2023.
- Fatrisia, Putri, Teuku Isnaini, And Boihaki Boihaki. "Analisis Strategi Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslimah." *Jurnal Ekobismen* 3, No. 2 (2023): 1–11.
- Fikri, Kiki Zaenul. "Pengaruh Pengetahuan, Presepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Securities" (N.D.).
- Haag, Deen. "Butik Pakaian Jadi Sumber Kemudahan Bagi Muslim Belanda." Last Modified

2018. 29 April 2023.

- Harahap, Lenni Khotimah, And M Pd. "Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square)." *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang* 1, No. 1 (2020).
- Hardi, Kurnia. "Adopsi Teknologi Informasi Sebagai Efek Pandemi Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Halal Pada Umkm Berbasis Digital Dengan Pendekatan Kerangka Masalah." *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 6, No. 1 (2021): 36–63.
- Hartatik, Hartatik, Arief Yanto Rukmana, Efitra Efitra, Iqbal Ramadhani Mukhlis, Almasari Aksenta, Luh Putu Rara Ayu Ratnaningrum, And Zefri Efdison. *Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian Dengan Teknologi Digital*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Hasanah, Uswatun, Muhammad Resky, Zahra Rahmatika, Rico Setyo Nugroho, Ais Isti'ana, Beti Susilawati, And Ahmad Asroni. *Pengantar Studi Islam*. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Kelik Wardiono, S H, And S H Saepul Rochman. *Filsafat Hukum: Dialektika Wacana Modernis*. Muhammadiyah University Press, 2020.
- Khairuddin, Khairudin. "Adat Tabut Dan Konstruksi Tradisi Keagamaan Akulturatif Masyarakat Bengkulu." *Literasi Nusantara*, 2023.
- Laela, Laela. "Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan, Gaya Hidup, Kepercayaan Hijau Terhadap Sikap Pada Produk Hijau, Niat Beli Yang Baik Dan Perilaku Pembelian Hijau (Masyarakat Kota Makassar)." Universitas Hasanuddin, 2023.
- Lumbanraja, Penny Chariti, And Pretty Luci Lumbanraja. "Analisis Variabel Ekonomi Hijau (Green Economy Variable) Terhadap Pendapatan Indonesia (Tahun 2011-2020) Dengan Metode Sem-Pls." *Cendekia Niaga* 7, No. 1 (2023): 61–73.
- Mahande, Ridwan Daud. *Perilaku Penerimaan E-Learning: Konstruksi Model Dan Studi Empiris*. Indonesia Emas Group, 2023.
- Maileni, Dwi Afni. "Rekonstruksi Perjanjian Baku Yang Berklausula Eksonerasi Pada Peer To Peer Lending Financial Technology Yang Berbasis Nilai Keadilan." Universitas Islam Sultan Agung, 2023.
- Meliani, Aldeana, Ahmad Mulyadi Kosim, And Hilman Hakiem. "Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, No. 3 (2021): 174–186.
- Novita, Sari. "Pengaruh Faktor Penerimaan Teknologi, Faktor Sosial, Persepsi Risiko Terhadap Sikap Dan Niat Untuk Membeli (Studi Pada Pengguna Aplikasi Selular Shopee)." Universitas Lampung, 2023.
- Nugraha, Krisna, Mts Arief, M B A Mm, Sri Bramantoro Abdinagoro, S E Pantri Heriyati, And M Comm. *Peran Incumbent Holding Effects Dalam Praktik Bank Syariah Di Indonesia*. Indonesia Emas Group, 2023.
- Nursantoso, Fitria Melinda Aulia, And Irwan Maulana. "Determinasi Komunikasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Tangerang Raya."

I-Best: Islamic Banking & Economic Law Studies 2, No. 2 (2023): 136–147.

- Onibala, Anggreiny A, Yaulie Rindengan, And Arie S M Lumenta. “Analisis Penerapan Model Utaut 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara” (2021).
- Pratama, Oshid Akbar. “Analisis Penerimaan Teknologi Selama Bekerja Online Menggunakan Hedonicmotivation System Adoption Model (Hmsam).” Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, N.D.
- Rahmah Said, Aulia. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Kinerja Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Yogyakarta.” Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Ramadhanti, Desna. “Pengaruh Sikap Dan Persepsi Halal Terhadap Niat Berkunjung Destinasi Wisata Halal Pada Komunitas Islam Berbasis Theory Of Planned Behavior” (2023).
- Roesmawati, Arrum, And Fuad Hasyim. “Pengaruh Theory Of Planned Behavior Dalam Menganalisis Keputusan Membayar Zakat Pada Lazis Jateng Sukoharjo.” Uin Raden Mas Said, 2023.
- Rumondang, Astri, Acai Sudirman, And Samsider Sitorus. “Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen.” Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Sari, Ni Putu Tya Rumala. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Iphone Di Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan.” Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2023.
- Sarstedt, Marko, Joseph F Hair Jr, And Christian M Ringle. “Pls-Sem: Indeed A Silver Bullet’– Retrospective Observations And Recent Advances.” *Journal Of Marketing Theory And Practice* 31, No. 3 (2023): 261–275.
- Sayuti, Abdul Malik, And Harmon Chaniago. “Peran Adopsi Teknologi Media Sosial Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Rekayasa Politeknik Negeri Bandung.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 6, No. 3 (2020): 131–142.
- Sindhu, Rakyan. “Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Fintech Pada Layanan Ovo Terhadap Umkm.” Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Sobaih, Abu Elnasr E, Mohamed Algezawy, And Ibrahim A Elshaer. “Adopting An Extended Theory Of Planned Behaviour To Examine Buying Intention And Behaviour Of Nutrition-Labelled Menu For Healthy Food Choices In Quick Service Restaurants: Does The Culture Of Consumers Really Matter?” *International Journal Of Environmental Research And Public Health* 20, No. 5 (2023): 4498.
- Solling Hamid, Rahmad, And Suhardi M Anwar. “Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian.” Pt Inkubator Penulis Indonesia, 2019.
- Sulistiyono, Budi, Syahrul Anwar, Dede Kania, And Aziz Faturokhman. “Analisis Konsep Etika, Norma, Dan Hukum Dalam Implementasi Hukum Ekonomi Syariah.” *Strata Social And Humanities Studies* 1, No. 2 (2023): 193–203.
- Sutisna, Nana. “Implementasikan Sistem Informasi Dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce.” *Jurnal Mentari: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi* 2, No. 1 (2023): 20–30.

- Syam, Asriah. "Pengaruh Konten Sosial Media Dan Sikap Terhadap Perilaku Membeli Produk Asuransi Kesehatan Di Kota Makassar." *Equity: Journal Of Economics, Management And Accounting* 17, No. 1 (2022): 14–21.
- Tahir, Rusdin, Annisa Fitri Anggraeni, Suyono Thamrin, Maria Lusiana Yulianti, Winda Lestari, Andina Nurul Wahidah, Ainum Jhariah Hidayah, Alvira Pranata, Nopita Sar, And Titi Indahyani. *Metodologi Penelitian: Teori, Masalah Dan Kebijakan*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Tiara, Prisca Sabilla. "Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Counterfeits Fashion Products Yang Dimoderasi Oleh Pendapatan Personal." Universitas Lampung, 2023.
- Wada, Fauziah Hamid, Anna Pertiwi, Mara Imbang Satriawan Hasiolan, Sri Lestari, I Gede Iwan Sudipa, Jonherz Stenlly Patalatu, Yoseb Boari, Ferdinan Ferdinan, Jayanti Puspitaningrum, And Erlin Ifadah. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Widiya, Sari. "Pengaruh Nilai Produksi Dan Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Upah Minimum Dalam Perspektif Ekonomi Islam Tahun 2017-2022 (Studi Pada Pt. Budi Starch & Sweetener, Lampung Timur)." Uin Raden Intan Lampung, 2023.
- Wiratama, Ronald Ardiistu. "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Sido Agung Group." Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta, N.D.
- Yolanda, Hasri. "Pengaruh Trend Fashion Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Zulfian, Dhimas Muhammad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding" (2020).