

**PENGARUH SYUKUR TERHADAP *TREND FASHION* PADA
SISWA SMA NEGERI 14 SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag)
Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi

Oleh :

Miftakhul Husnah

1804046093

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022

DEKLARASI KEASLIAN

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miftakhul Husnah

NIM : 1804046093

Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trend Fashion* terhadap syukur pada siswa SMA Negeri 14 Semarang” adalah karya saya sendiri dan tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 11 Desember 2022

Yang menyatakan,

Miftakhul Husnah

NIM: 1804046093

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 11 Desember 2022

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini, setelah saya melakukan bimbingan, arahan, serta perbaikan maka saya akan mengirimkan naskah skripsi :

Nama : Miftakhul Husnah

NIM : 1804046093

Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi

Judul Skripsi : Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Syukur pada Siswa SMA Negeri 14 Semarang

Dengan ini mohon supaya skripsi saya bisa untuk diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo agar segera di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 Desember 2022

Pembimbing



Sri Rejeki, S.Sos.I, M.Si.

NIP. 197903042006042001

PENGESAHAN

Skripsi di bawah ini atas:

Nama : Miftakhul Husnah

NIM : 1804046093

Judul : Pengaruh Syukur Terhadap *Trend Fashion* Pada Siswa SMA Negeri 14 Semarang

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada:

Hari/tanggal : Senin/26 Desember 2022

Dan diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora



Rokhmah Ulfah, M.Ag.
NIP. 197005131 99803 2002

Sekretaris Sidang

Komari, S.Sos. I, M.Si
NIP. 19870308 201903 1002

Penguji I

Dr. Hj. Arikah, M.Ag.
NIP. 19691129 199603 2002

Penguji II

Ernawati, S.Si, M.Stat.
NIP. 19931006 201903 2025

Pembimbing

Sri Rejeki, S.Sos.I, M.Si.
NIP. 19790304 200604 2001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penelitian ini mengikuti pedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang telah diterbitkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987 untuk digunakan sebagai transliterasi kata-kata bahasa Arab.

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	W
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Tā' marbūṭah

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan *h*, termasuk pada akhir kata tunggal maupun di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak berlaku untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat, dan lain sebagainya kecuali dikehendaki oleh kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fatḥah	ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
ُ	Ḍammah	ditulis	<i>U</i>

فعل	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
-----	--------	---------	---------------

ذِكْرٌ	Kasrah	ditulis	<i>Žukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + Alif	ditulis	<i>Ā</i>
جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. Fathah + Ya' Mati	ditulis	<i>Ā</i>
تَنْسَى	ditulis	<i>Tansā</i>
3. Kasrah + Ya' Mati	ditulis	<i>Ī</i>
كَرِيمٌ	ditulis	<i>Karīm</i>
4. Dammah + Wawu Mati	ditulis	<i>Ū</i>
فُرُودٌ	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	ditulis	<i>Au</i>
قَوْلٌ	ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-qiyaṣ</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>as-samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوالفروض	ditulis	<i>ḏawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

J. Tajwid

Bagi mereka yang ingin kefasihan dalam membaca, maka pedoman transliterasi adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan ilmu tajwid. Maka dari itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Internasional) perlu disertai dengan pedoman ilmu tajwid.

UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puja dan puji syukur kepada Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dikarenakan atas segala taufiq, rahmat, serta hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trend Fashion* terhadap Syukur pada siswa SMA Negeri 14 Semarang”, disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, arahan, dan saran dari berbagai pihak hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Hasyim Muhammad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Fitriyati, S.Psi, M.Si, Psikolog. selaku Ketua Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi yang telah memberi persetujuan pertama atas dibuatnya penelitian skripsi ini.
4. Ibu Oti Jembarwati, S.Psi, MA. selaku Wali Dosen yang selama perkuliahan memberikan dukungan kepada mahasiswanya dan atas persetujuan kedua dalam pengajuan penelitian skripsi ini.
5. Ibu Sri Rejeki, S.Sos.I, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, meluangkan waktu dan tenaganya dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang, yang telah sabar dan ikhlas dalam membimbing penulis dan memberikan berbagai ilmunya, serta seluruh staff karyawan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang telah

membantu mengurus berbagai kebutuhan penulis dalam menyusun penelitian.

7. Bapak Muh Sampurno dan Ibu Wijiyanti selaku orang tua penulis yang selalu memberi semangat, dukungan moral dan materil serta doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi. Serta Muhamad Syarif Hidayatullah dan Muhammad Ichsan Maulana, selaku adik yang senantiasa memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi.
8. Kepada lelaki yang tidak pernah lelah menemani, selalu mendukung dan berada di sisi saya, Ahmad Sofyan Ramadhan.
9. Teman-teman saya tercinta Amalia Putri R, Faridatul Afifah, Arini Setyaningrum, Deffina Intan, Ila Syafaati A, Asadatullah A, Inayatuz Zaidatil H, dan Agung Rahmat yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Teman-teman grup Marga Bebek yang selalalu memberikan semangat satu sama lain dalam pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman kelas TP-C 18 dan teman-teman KKN RDR 77 Kelompok 15 yang telah menjadi keluarga baru dan menjadi teman seperjuangan penulis.
12. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta yang sudah bersusah payah memperjuangkan segala mimpi dan harapan demi lahirnya sejuta manfaat untuk diri saya dan keluarga.

Semarang, 12 Desember 2022

Penulis

Miftakhul Husnah

NIM. 1804046093

DAFTAR ISI

COVER.....	i
DEKLARASI KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Masalah.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Nilai Syukur	14
1. Definisi Syukur	14
2. Hakikat Syukur.....	15
3. Konsep Dasar Syukur dalam Al-Qur'an dan Hadits	17
4. Macam – macam Syukur.....	20
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi syukur.....	20
6. Penghalang Syukur.....	22
B. Trend Fashion	23
1. Definisi <i>Trend Fshion</i>	23
2. Fungsi Fashion (Cara Berpenampilan)	25
3. <i>Trend fashion</i> dalam perspektif Islam.....	26
C. Hubungan syukur terhadap <i>trend fashion</i>	28
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Identitas Variabel	32
C. Definisi Operasional Variabel	32
D. Populasi dan Sampel	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	35
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	36
E. Metode Pengambilan Data	37
1. Skala Syukur	38
2. Skala <i>Trend Fashion</i>	39
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	42
G. Teknik Analisa Data.....	45
H. Analisis Regresi Sederhana.....	45
1. Uji Persyaratan Analisis	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Uji Hipotesis.....	47
4. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Orientasi Kancha Penelitian	50
1. Lokasi Penelitian	50
2. Visi, Misi, dan Tujuan.....	51
3. Struktur Organisasi.....	54
B. Hasil Penelitian.	54
1. Uji Asumsi Klasik	54
2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
3. Uji Koefisien Determinasi.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58
C. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rekap Data Siswa Kelas XI SMA Negeri 14 Semarang	34
Tabel 3.2 <i>Scoring</i> untuk Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3.5 <i>blueprint</i> skala syukur.....	38
Tabel 3.4 Blue Print skala Trend Fashion	39
Tabel 3.6 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	43
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Syukur	44
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Skala Trend Fashion	45
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.10 Anova Tabel.....	56
Tabel 4.11 Tabel Koefisien	56
Tabel 4.12 Tabel Anova.....	57
Tabel 4.13 Summari Model.....	57
Tabel 4.14 Tabel Koefisien	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sekolah	54
--	----

ABSTRAK

Trend fashion menjadi pengaruh positif terhadap syukur pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Untuk mengetahui adakah pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh syukur terhadap *trend fashion*. Dengan *Independent* variabel (variabel yang mempengaruhi) adalah Syukur (X) dan *dependent* variabel (variabel yang dipengaruhi) adalah *Trend Fashion* atau sebagai variabel terikat (Y). Analisa penelitian ini dengan bantuan program *SPSS Statistic 25* , dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana, yaitu *statistical analytic* yang mempelajari hubungan antara dua variabel, berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai F sebesar $0,000 < 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa variabel syukur (X) berpengaruh terhadap variabel *trend fashion* (Y). Berdasarkan nilai t diketahui bahwa t hitung sebesar $5,421 > 1,995$ t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel syukur (X) berpengaruh terhadap variabel *trend fashion* (Y). Dari hasil penelitian menggunakan analisis data penelitian dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Dibuktikan dengan hasil uji data menggunakan *SPSS 25 version* diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel syukur berpengaruh signifikan terhadap variabel *trend fashion* dengan korelasi yang positif pada siswa SMA Negeri 14 Semarang.

Kata Kunci : *Trend Fashion*, Syukur, Remaja.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam islam telah dijelaskan untuk beribadah dan mensyukuri nikmat-nikmat Nya dengan melakukan amal shaleh serta beriman kepada hari kebangkitan, hisab, dan balasan atas amal, setelah kehidupan dunia ini¹. Konsep syukur sudah cukup banyak dikaji selama dekade terakhir, terutama pada subjek dewasa. Syukur atau *gratitude* dijelaskan sebagai suatu kondisi emosi atau perasaan². Rasa syukur adalah sebuah emosi, dimana emosi tersebut adalah perasaan yang menyenangkan tentang manfaat yang diterima seseorang³. Perasaan syukur sebagai bentuk perasaan takjub, berterima kasih, menikmati apa yang sudah dimiliki, serta penghargaan atau suatu keuntungan atau kebaikan yang didapatkan oleh seseorang. Menurut Fitzgerald (1998) dan Watkins et al (2003) ada tiga komponen utama dalam syukur, yaitu adanya apresiasi terhadap sesuatu atau seseorang, adanya keinginan atau kehendak positif terhadap seseorang atau sesuatu, serta adanya kecenderungan mengekspresikan perasaan positif melalui tindakan positif.⁴

Secara etimologi, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) syukur mempunyai beberapa makna yaitu Rasa terima kasih kepada Allah dan merasa Untunglah⁵. Kata syukur berasal dari Bahasa Arab yang bermakna ‘pujian atas kebaikan’ dan ‘penuhnya sesuatu’. Secara terminologi, syukur artinya sebagai pengakuan terhadap nikmat yang dikaruniakan oleh Allah disertai ketundukan kepada-Nya dan

¹ Muhammad Imarah, Islam dan Pluralitas Perbedaan dan Kemajuan dalam Bingkai Persatuan, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), h. 73

² Ferrinadewi. E., *Merek Dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu 2008.

³ McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. A. The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>, 2002

⁴ McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J.-A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>

⁵ Tim Redaksi KBBI Edisi Ketiga, (Jakarta: Bali Pustaka, 2002), hal. 1115.

menggunakan nikmat tersebut sesuai dengan kehendak Allah⁶. Secara latin syukur yaitu *gratus* atau *gratitude* yang artinya berterima kasih (*thankfulness*) atau pujian (*pleasing*). Dari beberapa makna dasar syukur menjelaskan bahwa siapa yang merasa puas dengan sedikit maka akan memperoleh yang lebih banyak⁷. Manusia yang bersyukur berarti merasa bahwa dirinya berkecukupan dan tidak kekurangan dalam hal apapun. Tapi tidak semua manusia memiliki rasa syukur dalam dirinya, karena manusia cenderung memiliki sifat tidak pernah puas. Sifat tidak pernah puas bisa menimbulkan perasaan iri hati dan dengki. Iri hati dan dengki tidak hanya dengan apa yang dilihat secara langsung, terkadang melihat secara tidak langsung (dunia maya) dapat menimbulkan perasaan iri hati. Dalam islam pun sudah diajarkan untuk tidak iri atas apa yang dimiliki orang lain. Karena apa yang sudah dimiliki saat ini sudah ada takaran yang adil dari Allah SWT. Jika terus menerus iri akan membuat perasaan syukur berkurang dan tidak akan bisa merasakan nikmat yang luar biasa atas bersyukur.

Nikmat yang diberi sangatlah banyak dalam hidup setiap manusia. Dan sudah menjadi kewajiban sebagai umat muslim adalah mensyukurinya agar menjadi berkah dalam hidup. Mensyukuri menurut Ibn Qayyim al-Juziyah yaitu terdiri dari tunduk pada yang memberi nikmat, mencintai pemberi nikmat, mengakui nikmat-Nya, memuji pemberi nikmat, dan tidak menggunakan nikmat itu untuk sesuatu yang dibencinya⁸. Tidak hanya nikmat yang terlihat, tetapi juga nikmat yang tidak terlihat yang patut untuk di syukuri. Salah satunya adalah nikmat kecukupan, yaitu nikmat yang diberi kepada hambanya berupa kecukupan secara materi, Kesehatan dan keadaan. Tidak semua manusia dapat

⁶ <https://www.sudut.hukum.com.peatured.hikmah.ilmu> diakses tanggal 14 September 2022.

⁷ Amin, M. (2009). "Syukur (Pujian, Terima kasih)" Pusat Studi Al-Quran www.psq.or.id/ensiklopedia_detail. (diakses tanggal 4 Desember 2022)

⁸ Al-Jauziyah, I. Q, . *Madarijussalikin (pendakian menuju Allah), penjabaran kongkrit "iyyaka na'budu wa iyyakanasta'in."* Pustaka Al-Kautsar.(1999)

merasakan nikmat yang tidak terlihat, dan terkadang banyak yang mengeluh tentang hidup.

Sifat kurang bersyukur sudah tertulis dalam Al Qur'an salah satunya ada pada Surat Luqman Ayat 12 yang artinya "Dan sesungguhnya telah kami beri nikmat kepada Luqman, yaitu : "Bersyukurlah kepada Allah. Dan barangsiapa yang bersyukur (kepada Allah), maka sesungguhnya ia bersyukur untuk dirinya sendiri; dan barangsiapa yang tidak bersyukur, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (QS 31:12) ⁹. Dengan mensyukuri apa yang di miliki dapat menanamkan sifat positif terhadap kehidupan serta dapat memberikan kebahagiaan kepada siapapun yang bersyukur. Kebersyukuran merupakan salah satu bentuk perilaku dari emosi positif dan bertolak belakang dengan perilaku cemas, cemburu, marah serta bentuk perilaku negatif lainnya¹⁰. karena bersyukur dapat membantu seseorang menikmati pengalaman hidup yang positif. Bersyukur dapat dilihat dari manapun, salah satunya berasal dari hal-hal terdekat seperti teknologi. Teknologi yang berkembang semakin canggih mampu menyampaikan informasi secara cepat. Dengan teknologi internet menyediakan layanan untuk mengetahui berita terbaru, trend saat ini dan kondisi yang jauh sekalipun. Saat ini yang sedang ramai dan banyak diikuti adalah *trend* sesuai dengan waktunya. Karena cepatnya perkembangan teknologi membuat informasi jadi lebih mudah menyebar dengan cepat. Informasi yang beredar melalui teknologi internet telah *trend* demi *trend* bermunculan. *Trend* yang bermunculan bisa diikuti oleh semua kalangan usia. Sebagai generasi Z remaja tidak mau ketinggalan dengan *trend* untuk tetap eksis agar tidak ketinggalan zaman. Terkadang *trend* ini membuat remaja untuk tidak malu unjuk gigi dan mendorong remaja untuk terus eksis mengikuti *trend*.

⁹ <https://quran.kemenag.go.id/surah/31> , 14 September 2022

¹⁰ Indarto Imam Budoyo, Suryanto, Andy Matulesy, "Model Kebersyukuran Remaja Sekolah Menengah Pertama"

Di usia remaja yang cenderung memiliki sifat kurang bersyukur karena terlalu sering mengikuti *trend* yang dapat membentuk individu yang boros dan tidak akan pernah cukup. Perilaku remaja yang kurang bersyukur dan masih mengikuti apa yang dilihat dari *trend* ini biasanya di pengaruhi oleh teman sebaya dan dipengaruhi oleh emosi daripada rasio, karena membuat keputusan untuk membeli produk yang memusatkan pada status sosial, *mode* dan kemudahan daripada pertimbangan nilai ekonomis. Pilihan yang berdasarkan emosional biasanya didasarkan rasa takut, salah, kurang percaya diri, dan keinginan bersaing dengan teman sebayanya demi menjaga harga diri dan penampilan¹¹. Pada usia 17- 21 tahun anak Sekolah Menengah Atas (SMA) itu termasuk dalam fase masa remaja lanjut¹². Anak – anak yang mengalami kecanduan media sosial bisa saja mengalami penurunan daya aktif dan kemampuan berinteraksi di dunia nyata¹³. Selain itu juga, usia remaja adalah usia yang kritis dan *sensitive* di mana individu sedang mengalami transisi dari masa anak – anak menuju masa dewasa, media sosial dan lingkungan juga berpengaruh pada perkembangan psikis remaja yang masih labil¹⁴.

Pada usia remaja identitas diri belum terebentuk dan cenderung masih meniru untuk mencari jati dirinya sesungguhnya. Dalam teori belajar sosial dari Albert Bandura menjelaskan sebagian besar perilaku manusia melalui observative lewat *modelling*. Prinsip dalam teori belajar sosial oleh Albert Bandura adalah belajar terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan contoh perilaku (*modelling*)¹⁵. Dalam teori ini individu dapat mempelajari suatu tindakan baru hanya dengan mengamati

¹¹ “*Hubungan Konsep Diri dengan Minat Membeli Produk Fashion Bermerk Terkenal Pada Remaja*,” (Semarang: Skripsi (tidak diterbitkan, 2009)

¹² Sobur Alex, Psikologi Umum Cetakan ke-6 (Bandung: CV Pustaka Setia: 2016), hal. 119.

¹³ Chusna, P.A, Pengaruh Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak. *Dinamika Penelitian; Media Komunikasi Sosial Keagamaan*. 17(2):315-330.

¹⁴ Pratiwi, N. dan Pritanova, N. 2017. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Semantik: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 6(1):11-24.

¹⁵ N Puspita, “Skripsi Penerapan Model Pembelajaran Role Playing dengan Menggunakan Alat Peraga Untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Siswa”, 2019

bagaiman orang lain melakukannya. Sama seperti remaja yang banyak meniru dari apa yang dilihat dari Media sosial atau lingkungan kemudian mencontoh perilakunya untuk menemukan identitas dirinya. Yang banyak ditiru oleh remaja adalah *trend fashion* terkini, supaya tidak ketinggalan *trend* dari teman – teman di sekitarnya.

Berdasarkan penelitian yang membahas tentang kebersyukuran oleh remaja awal. Hasilnya menurut remaja awal, syukur diartikan sebagai rasa terima kasih, pujian, penerimaan, rasa menikmati dan menghargai. Banyak remaja yang mengungkapkan syukur secara verbal, beroda, dan menjadi energi yang positif¹⁶. Tapi tidak semua remaja mengerti tentang arti bersyukur, dengan tingkah laku manusia yang tidak pernah puas dan menuruti ego yang ada di dalam dirinya. Maka perilaku tersebut bisa dikatakan remaja masih kurang bagaimana cara untuk bersyukur. Di masa remaja yang termasuk generasi milenial memiliki sifat masih meniru untuk menemukan jati dirinya. Salah satunya meniru dengan *trend* yang ada saat ini. Dapat dipahami bahwa *trend* adalah sesuatu yang sedang menjadi kebutuhan atau sebuah gaya untuk mencari kepuasan dalam konsumsi. Dalam artian lain *trend* merupakan hal-hal yang menjadi buah bibir, digemari, atau bahkan digunakan mayoritas masyarakat pada kesempatan tertentu secara Bersama-sama¹⁷. Dari hal tersebut *fashion* dapat menjadi erat kaitannya dengan *trend mode* atau gaya yang sedang digemari dan dalam jangka waktu tertentu.

Trend fashion ini juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi remaja yang sedang mencari jati dirinya untuk mengikuti penampilan yang sedang *trending*. Karena penampilan fisik merupakan penggambaran karakteristik dari remaja tersebut. Contohnya seperti penampilan dengan warna *soft* yang berarti remaja tersebut memiliki sifat yang tenang, kalem, dan berfikiran kritis. Pada masa remaja lanjut membuat dirinya ingin

¹⁶ Adzanishari Mawaddah, Zainal Abidin dkk, “Mengupas makna syukur dari sudut pandang remaja awal”, *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.9 No.1, (2022), hal 3

¹⁷ www.remajanew.blogspot.com diakses pada tgl 24 November 2022 pada pukul 21.50 WIB

selalu menjadi pusat perhatian dan banyak mendapat perhatian dari orang lain¹⁸. Bahkan banyak *brand* mahal yang dibeli remaja untuk menunjang harga dirinya. Karena di usia yang emosinya sedang labil menyebabkan remaja terkadang harus mengikuti *trend* supaya sama dengan teman sebaya lainnya. Akibat dari mengikuti *trend* ini membuat remaja membeli baju yang sesuai *trend* nya untuk mengekspresikan diri dan sebagai pembeda jati diri. Keputusan spontan membeli tanpa direncanakan disebut juga dengan *impulse buying*. *Impulse buying* atau bisa disebut dengan *unplanned purchase*, adalah perilaku orang dimana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja. Dari sudut pandang konsumen, *impulse purchasing behavior* dapat membawa implikasi yang negatif, antara lain misalnya membuat konsumen cenderung membelanjakan uang secara berlebihan, dan melakukan pembelian yang tidak bermanfaat¹⁹. Perilaku konsumen *online* sangat berbeda dengan model perilaku konsumen *offline*. Dikutip data dari jurnal Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital, 64% konsumen akan melakukan pencarian secara online dan membelinya secara *offline*. Ada 71% wanita lebih senang melakukan pencarian secara *offline* dan membelinya secara *online*, berbanding dengan pria yang hanya 52% melakukan pembelian tersebut²⁰. Faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian *impulsive* adalah harga, kebutuhan terhadap produk atau merek, distribusi masal, pelayanan terhadap diri sendiri, iklan, display toko yang mencolok, siklus hidup produk yang pendek, ukuran yang kecil dan kesenangan untuk mengoleksi.

Pada umumnya usia remaja yang masih sekolah ini tergolong belum memiliki penghasilan dan hanya dapat uang saku dari orang tua.

¹⁸ Sobur Alex, Psikologi Umum Cetakan ke-6 (Bandung: CV Pustaka Setia: 2016), hal. 119.

¹⁹ Kharis, IsmuFadli. 2011. Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang

²⁰ Irwan Christanto Edy dan Setyani Sri Haryanti, “Impulse Buying Behavior Pada Konsumen Online”, Prosiding : The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018 ‘Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing BIsnis dalam Era Digutal’, ISSN : 2621- 1572

Remaja cenderung membeli *fashion* bukan karena kebutuhan tetapi hanya keinginan untuk menuruti egonya. Jika kehidupannya kurang berkecukupan pasti akan susah untuk mengikuti *trend* dan tidak bisa mensyukuri *fashion* yang sudah dimiliki lebih dari cukup. Menurut survey dari CNN Indonesia, 82,5% responden yang mengalami masalah ini mengatakan bahwa remaja selalu mengikuti trend yang ada tanpa melihat motif apapun. Hal ini menyebabkan remaja membeli suatu barang secara spontan tanpa direncanakan²¹. Karena sifat remaja yang membeli barang secara spontan tanpa di rencanakan (*impulse buying*) itu membentuk pola hidup dan karakter remaja yang buruk untuk ke depannya jika terus – menerus terjadi. Akibatnya akan menjadi individu yang boros, individu yang tidak pernah puas, individu yang tidak bisa mengontrol akan suatu hal, dan individu yang tidak bisa bersyukur. Pada umumnya yang banyak mengikuti *trend* ini adalah perempuan, karena sifat dasar perempuan paling mudah terpengaruh. Membuat rasa syukur yang masih minim pada remaja saat ini karena kondisi orang tua dan lingkungan yang kurang memberi arahan untuk bersyukur pada apa yang sudah dimiliki.

Berdasarkan data yang disajikan oleh Hootsuite (*We are social*) *Indonesian Digital Report 2021*, Penggunaan Internet 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia yang berarti mencapai 202,6 Juta jiwa. Sedangkan pengguna Media Sosial Aktif 61,8% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia yang berarti 170 Juta jiwa²². Dari data tersebut terlihat bahwa teknologi internet sudah melekat pada hampir ke seluruh masyarakat di berbagai kalangan khususnya media sosial. Saat ini media sosial sangat populer dan hampir semua orang memiliki media sosial²³.

²¹ Deddy Sinaga, *Mengapa Ikut Trend Membuat Remaja Jadi Boros*, <https://www.cnnindonesia.com/keluarga/> , 14 September 2022

²² Simon Kemp, *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State of Digital'*, <https://wearesocial.com/> , 14 September 2022, jam 22.00 WIB.

²³ Nistanto, Reksa k. 2021. “Jumlah Pengguna Instemet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta.” *Kompas.com*. [https://tekno.kompas.com./](https://tekno.kompas.com/) (September 14,2022).

Berdasarkan hasil wawancara pra-riset dengan lima siswa SMA Negeri 14 Semarang yang berusia 15 sampai 17 tahun, mendapatkan hasil empat dari lima siswa tersebut mengalami pengaruh dari *trend fashion* terhadap syukur. Setiap narasumber mengatakan bahwa *trend fashion* itu sangat mempengaruhi karakteristik yang ada pada dirinya. Mereka cenderung lebih mementingkan penampilan fisik demi kenyamanan dan agar dapat mengikuti teman-temannya. Karena jika tidak dapat mengimbangi dengan teman-temannya membuat narasumber menjadi minder dan kehilangan kepercayaan diri. Oleh karena itu karena tuntutan *trend fashion* yang beberapa harus diikuti membuat narasumber sebisa mungkin memiliki *fashion* sesuai dengan *trend* nya. Kejadian itu terus menerus terulang yang membuat narasumber terkadang lupa bahwa sudah memiliki tetapi tetap membeli hanya karena berbeda bentuk sedikit. Sifat yang terus menerus membeli ini yang membuat beberapa narasumber lupa bahwa harus bersyukur dengan apa yang sudah dimiliki tanpa harus membeli lagi. Jadi menurut narasumber *trend fashion* yang dilihat dari beberapa media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook* dan *Twitter* itu sangat berpengaruh untuk mengetahui *trend fashion* ter-update atau kekinian agar tidak ketinggalan *style fashion* dari teman-teman sebayanya. Lingkungan rumah, lingkungan sekolah dan teman-teman sebayanya juga berpengaruh dalam *fashion*. Terkadang rasa iri itu muncul ketika melihat apa yang dipakai dengan teman-temannya dan dirinya sendiri belum memiliki yang seperti itu. Dari rasa iri tersebut membuat hilangnya rasa bersyukur untuk membeli sesuatu yang baru dan menumpuk *fashion* dari baju, sepatu, tas yang bentuknya sama. Dan belum juga rusak barang tersebut sudah membeli lagi karena bentuknya sudah ketinggalan zaman.

Berdasarkan dari data hasil pra riset dan latar belakang diatas belum ada penelitian terdahulu yang membahas keterkaitan antara *trend fashion* dengan syukur maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Syukur Terhadap Trend Fashion pada Siswa SMA Negeri 14 Semarang”**. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada

pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang.

B. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang.

C. Tujuan Masalah

Untuk mengetahui adakah pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam memperkaya pengetahuan keilmuan khasanah khususnya dalam bidang psikologi dan humaniora.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat :

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan pelajaran dari pengalaman selama proses penelitian yang dapat digunakan sebagai bekal untuk meningkatkan pengetahuan yang didapat..
- b. Mengetahui pengaruh syukur terhadap *trend fashion*.
- c. Bagi para siswa SMA Negeri 14 Semarang, diharapkan hasil penelitian ini dapat menyelesaikan permasalahan pengaruh dari syukur terhadap *trend fashion* pada remaja.

- d. Bagi instansi UIN Walisongo Semarang, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan literatur dan referensi mahasiswa khususnya yang ingin mengembangkan kajian ilmu tasawuf dan psikoterapi.

E. Kajian Pustaka

Berupa teori – teori atau temuan – temuan yang dijadikan dasar dari berbagai hasil penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai rujukan utama atau data pendukung dalam penelitian ini. Adapun penelitian dahulu yang hampir memiliki kesamaan topik dengan penelitian ini, berikut diantaranya:

Penelitian tentang Perilaku Rema dalam Fashion oleh Wahyu Pranoto dan Iranita Hervi Mahardayani (2010). *“Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau dari Kepercayaan Diri”*, kesimpulan penelitian ini adalah berdasarkan hasil analisis data dari kedua koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,433 dengan p dari 0,000 ($p < 0,050$), ini berarti ada hubungan positif yang signifikan pada remaja perilaku konsumen menggunakan *fashion* bermerek produk dengan percaya diri. Perilaku konsumtif remaja menggunakan produk *fashion* bermerek dan percaya diri diperoleh pada kategori sedang. Efektif kontribusi terhadap variabel perilaku kepercayaan konsumen sebesar 43,3%.

Penelitian tentang Model Kebersyukuran Remaja oleh Indarto Imam Budoyo, Suryanto, dan Andy Matulesy (2017). *“Model Kebersyukuran Remaja Sekolah Menengah Pertama”*, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa model kebersyukuran remaja SMP muncul perasaan tenang dan senang setelah mengucapkan alhamdulillah atau terima kasih atas kenikmatan yang diperoleh. Selain itu juga terasa Bahagia dan lebih tenang setelah melakukan ibadah seperti salat, dzikir, do'a dan bersedekah serta dapat membalas kebaikan orang lain. Semua

perasaan ketenangan menyadari pemberian nikmat dan kesenangan itu dari Allah SWT.

Penelitian tentang pengaruh *Influencer* terhadap keputusan membeli generasi Z oleh Adhimurti Citra Amalia dan Gabriella Sagita Putri (2019). “*Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya*”, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dari Analisa data yang digunakan untuk melihat ada atau tidak adanya pengaruh antara *influencer social media* terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z. diperoleh nilai *Chi-square* (239,088) > *Chi-square table* (42,557) dan P-value (0,000) < alpha (0,05) yang mengarah tolak H_0 , yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *influencer social media* dengan keputusan pembelian konsumen generasi Z. data didapatkan melalui skala likert yang juga menunjukkan bahwa *influencer social media* berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi z, tetapi diikuti dengan tingkat keraguan yang sangat tinggi. Generasi Z ternyata masih berhati – hati dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Penelitian tentang Kebersyukuran yang dimaknai oleh remaja awal, oleh Adzanishari Mawaddah, Zainal Abidin, dan Fitri Ariyanti membahas beserta objek, tujuan, bentuk perilaku, dan apa yang dirasakan dari mengekspresikan rasa syukur tersebut. Bagi remaja awal rasa syukur paling layak diungkapkan kepada Tuhan, orang tua, orang terdekat, dan diri sendiri. Remaja awal memaknai rasa syukur sebagai rasa terima kasih dan pujian terhadap Tuhan, menerima, menikmati, dan menghargai kebaikan dan hal-hal yang didapatkan.

Penelitian terdahulu belum ada yang membahas tentang “*Pengaruh Syukur terhadap Trend Fashion Pada Siswa SMA Negeri 14 Semarang*” oleh karenanya penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan melakukan telaah berbagai informasi dan literatur kemudian mencari apakah terdapat pengaruh antara ketiga variabel dengan membuat skala sebagai alat ukur masing – masing variabel.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah ditujukan untuk memberikan gambaran garis besar dari penyusunan naskah penelitian ini, adapun sistematikanya sebagai berikut:

1. Bagian Muka

Bagian muka memuat judul, deklarasi keaslian, persetujuan pembimbing, pengesahan oleh tim penguji, halaman pernyataan, motto, isi, abstraksi, daftar data table, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi Skripsi

Memuat isi naskah penelitian utama, bagian ini terbagi menjadi beberapa bab pembahasan, masing – masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab atau bagian yang lebih terperinci dari setiap bab. Adapun dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan yang berisi penjelasan secara global tentang permasalahan yang dibicarakan dalam skripsi, namun belum terlalu masuk kedalam pokok permasalahan yang terdiri dari, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kemudian tinjauan Pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori yang menguraikan tentang definisi variabel X Syukur dan variabel Y Terhadap *Trend Fashion* secara mendalam juga memuat sumber Pustaka yang menggambarkan pengaruh syukur terhadap *trend fashion* , kemudian juga hipotesis penelitian

BAB III : Metode penelitian, terdiri dari jenis penelitian yang menguraikan tentang penelitian ini menggunakan metode apa dan bagaimana penelitian ini dilaksanakan, kemudian variabel penelitian, definisi operasional dari setiap variabel, populasi dan sampel penelitian, metode apa yang digunakan saat mengumpulkan data serta Teknik yang digunakan

untuk menganalisa data seperti uji validitas dan uji reliabilitas instrument penelitian.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan. Menguraikan tentang hasil penelitian, penyajian data penelitian yang terdiri dari uji asumsi dan uji hipotesis dan pembahasan secara deskriptif dari hasil penelitian.

BAB V : Penutup yang meliputi kesimpulan naskah skripsi dan saran dari peneliti

3. Bagian Akhir Skripsi

Pada bagian akhir skripsi terdiri dari daftar Pustaka dan lampiran – lampiran yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Nilai Syukur

1. Definisi Syukur

Kata syukur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diartikan sebagai ungkapan rasa berterima kasih kepada Allah SWT, dan untunglah (perasaan menyatakan lega, senang dan sebagainya)²⁴. Kata syukur dalam Kamus Kontemporer Arab – Indonesia, berasal dari bahasa arab dengan kata dasar “*syakara*” yang artinya berterima kasih, bentuk Masdar dari kalimat ini adalah *syukr, syukraan* yang artinya rasa berterima kasih²⁵.

Kata syukur terambil dari kata *syakara* yang maknanya berkisar antara lain pada pujian atas kebaikan serta penuhnya sesuatu. Syukur manusia kepada Allah dimulai dengan menyadari dari lubuk hatinya yang terdalam betapa besar nikmat dan anugerah-Nya disertai dengan ketundukan dan kekaguman yang melahirkan rasa cinta kepada-Nya serta dorongan untuk memuji-Nya dengan ucapan sambal melaksanakan apa yang dikehendaki-Nya dari penganugerahan itu²⁶.

Secara bahasa syukur adalah pujian kepada orang yang telah berbuat baik atas apa yang telah dilakukannya. Syukur adalah kebalikan dari kufur²⁷. Hakikat syukur adalah memperlihatkan nikmat, sedangkan hakikat ke-kufur-an adalah menyembunyikan nikmat. Memperlihatkan nikmat antara lain adalah

²⁴ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/syukur>

²⁵ Ida Fitri Shobihah, “Dinamika Syukur pada Ulama Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2013), h.23.

²⁶ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Penerbit Lentera Hati, Jakarta, Volume 10, 2002, h. 292-293.

²⁷ Amir An-Najar, *Psikoterapi Sufistik dalam Kehidupan Modern*, Terj. Ija Suntana, (Bandung: PT. Mizan Publika, 2004), h.90

menggunakannya pada tempat dan sesuai dengan yang dikehendaki oleh pemberinya, juga menyebut-nyebut nikmat pemberiannya dengan lidah²⁸.

Menurut istilah *syara'*, syukur merupakan pengakuan terhadap nikmat yang sudah diberikan oleh Allah SWT, dengan disertai ketundukan kepada-Nya dan mempergunakan nikmat tersebut sesuai dengan kehendak Allah SWT²⁹.

Menurut sebagian ulama, syukur berasal dari kata "*syakara*", yang artinya adalah membuka atau menampakkan (memperlihatkan). Jadi hakikat syukur adalah manampakkan nikmat Allah SWT yang dikaruniakan, baik dengan cara menyebut nikmat tersebut atau dengan cara mempergunakan di jalan yang dikehendaki oleh Allah SWT³⁰.

Dalam konsep barat syukur menurut Fitzgerald (1998) dan Watkins et al., (2003) menyebutkan adanya tiga komponen utama dalam kebersyukuran, yaitu adanya apresiasi terhadap seseorang atau sesuatu, adanya keinginan atau kehendak positif terhadap seseorang atau sesuatu, serta adanya kecenderungan untuk mengekspresikan apresiasi perasaan positif tersebut melalui tindakan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa komponen kebersyukuran menekankan adanya peran aktif kognisi, afeksi, dan ekspresi dari suatu kebersyukuran.

2. Hakikat Syukur

²⁸ Muhammad Quraish Shihab, *Wawasan Al Qur'an: Tafsir MAudhu'I atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1996), h. 216

²⁹ Muhammad Syafi'ie el-Bantanie, *Dahsyatnya Syukur*, (Jakarta: Qultum Media, 2009), h.2

³⁰ Aura Husna (Neti Suriana), *Kaya dengan Bersyukur: Menemukan Makna Sejati Bahagia dan Sejahtera dengan Mensyukuri Niss*

Quraish Shihab menyebutkan syukur mencakup tiga sisi, yaitu³¹:

- a. Syukur dengan hati yaitu menyadari sepenuhnya bahwa nikmat yang diperoleh semata – mata karena anugerah dan kemurahan dari ilahi, yang akan mengantarkan diri untuk menerima dengan penuh kerelaan tanpa menyesali dan keberatan walaupun nikmat itu kecil³².
- b. Syukur dengan lidah yaitu mengakui anugerah dengan mengucapkan Alhamdulillah serta memuji-Nya³³.
- c. Syukur dengan perbuatan yaitu memanfaatkan anugerah yang diperoleh sesuai dengan tujuan pemberi anugerahnya serta menuntut penerima nikmat untuk merenungkan tujuan dianugerahkan nikmat tersebut oleh Allah SWT³⁴.

Al Kharraz yang dikutip oleh Amir An-Najjar mengatakan *syukur* itu terbagi menjadi tiga bagian yaitu³⁵:

- a. Syukur dengan hati adalah mengetahui bahwa nikmat – nikmat itu berasal dari Allah SWT bukan dari yang lain.
- b. Syukur dengan lisan adalah dengan mengucapkan Alhamdulillah dan memuji-Nya.
- c. Syukur dengan jasmani adalah dengan tidak mempergunakan setiap anggota badan dalam kemaksiatan tetapi untuk ketaatan kepada-Nya. Termasuk juga mempergunakan apa yang diberikan oleh Allah SWT berupa kenikmatan dunia untuk menambah ketaatan kepada-Nya bukan untuk kebathilan.

Imam Ghazali menjelaskan bahwa syukur tersusun atas tiga perkara, yaitu³⁶:

³¹ Muhammad Quraish Shihab, *op. cit.*, h.217

³² *Ibid.*, h. 220

³³ *Ibid.*, h. 220-221

³⁴ *Ibid.*, h. 221

³⁵ Amir An-najjar, *Ilmu Jiwa dalam Taswuf* Studi Komparatif dengan Ilmu Jiwa Kontemporer, Terj. Hasan Abrori, (Jakarta: Psutaka Azzam, 2001), h. 251-252

- a. Ilmu, adalah pengetahuan tentang nikmat dan pemberiannya, serta meyakini bahwa semua nikmat berasal dari Allah SWT dan yang lainnya sebagai perantara untuk sampainya nikmat, sehingga akan selalu memuji Allah SWT dan tidak akan muncul keinginan memuji yang lain. Sedangkan gerak lidah dalam memuji-Nya hanya sebagai tanda keyakinan.
- b. *Hal* (Kondisi Spiritual), adalah karena pengetahuan dan keyakinan tadi melahirkan jiwa yang tentram. Membuatnya senantiasa senang dan mencintai yang memberi nikmat, dalam bentuk ketundukan, dan kepatuhan. Mensyukuri nikmat tidak hanya dengan menyenangi nikmat tersebut melainkan juga dengan mencintai yang memberi nikmat yaitu Allah SWT.
- c. Amal perbuatan, ini berkaitan dengan hati, lisan, dan anggota badan adalah hati yang memiliki keinginan untuk melakukan kebaikan, lisan yang menampakkan rasa syukur dengan pujian kepada Allah SWT dan anggota badan yang menggunakan nikmat – nikmat Allah SWT dengan melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya.

Dari semua uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hakikat syukur adalah menggunakan nikmat yang diberikan oleh Allah SWT untuk berbuat kebaikan dan ketaatan kepada-Nya semata – mata hanya untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

3. Konsep Dasar Syukur dalam Al-Qur'an dan Hadits

a. Surat Luqman ayat 12

³⁶ Imam Ghazali, *Taubat Sabar dan Syukur*, Terj. Nur Hichmah. R. H. A Suminto, (Jakarta: PT. Tintamas Indonesia, Cet. VI, 1983), h. 197-203

وَلَقَدْ ءَاتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنِ اشْكُرْ لِلَّهِ وَمَن يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ
لِنَفْسِهِ ۗ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿١٢﴾

Artinya : “Dan sesungguhnya telah kami berikan himat kepada Luqman, yaitu: “Bersyukurlah (kepada Allah), maka sesungguhnya ia bersyukur untuk dirinya sendiri, dan barangsiapa yang tidak bersyukur, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Pada ayat ini menurut tafsir M. Quraish Shihab mengandung bahwa hikmah adalah syukur karena dengan bersyukur seperti dikemukakan di atas, seseorang mengenal Allah dan mengenal anugerah-Nya, dengan mengenal Allah seseorang akan kagum dan patuh kepada-Nya, dengan mengenal dan mengetahui fungsi anugerah-Nya, seseorang akan memiliki pengetahuan yang benar, lalu atas dorongan kesyukuran itu, ia akan melakukan amal yang sesuai dengan pengetahuannya sehingga amal yang lahir adalah amal yang tepat pula³⁷.

b. Surat Al Baqarah ayat 152

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴿١٥١﴾

³⁷ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Penerbit Lentera Hati, Jakarta, Volume 10, 2002, h. 293.

Artinya : “Karena itu, ingatlah kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepada kamu, dan bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku”

Pada ayat ini menurut tafsir M. Quraish Shihab mengandung limpahan karunia dari Allah SWT, dalam ayat yang berbunyi *Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku* dengan lidah, dan anggota badan. Lidah yang menyucikan dan memuji-Ku, pikiran dan hati melalui perhatian terhadap tanda-tanda kebesaran-Ku, dan anggota badan dengan melaksanakan perintah-perintah-Ku. Jika itu semua kamu lakukan *niscaya Aku ingat (pula) kepada kamu* sehingga Allah SWT akan selalu Bersama dengan hambanya saat suka maupun duka dan *bersyukurlah kepada-Ku* dengan hati, lidah, dan perbuatan kamu pul, niscaya Allah SWT akan menambah nikmat yang diberikan dan *janganlah kamu mengingkari* nikmat-Ku agar siksa-Ku tidak menimpamu.³⁸

c. Hadits Riwayat Bukhari

الطَّاعِمُ الشَّاكِرُ بِمَنْزِلَةِ الصَّائِمِ الصَّابِرِ

Artinya : “Orang makan yang bersyukur adalah sederajat dengan orang bershaum yang sabar (HR. Bukhari, Tirmidzi, Ibnu Majah, dan Ibnu Hibban)

d. Hadits Riwayat Muslim

³⁸ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Penerbit Lentera Hati, Jakarta, Volume 1, 2002, h. 433.

عَجَبًا لِأَمْرِ الْمُؤْمِنِ إِنَّ أَمْرَهُ كُلَّهُ خَيْرٌ، وَلَيْسَ ذَلِكَ لِأَحَدٍ إِلَّا
لِلْمُؤْمِنِ؛ إِنْ أَصَابَتْهُ سَرَّاءٌ شَكَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ، وَإِنْ أَصَابَتْهُ
ضَرَّاءٌ صَبَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ

Artinya : “Seorang mukmin itu sungguh menakjubkan, karena setiap perkaranya itu baik. Namun tidak akan terjadi demikian kecuali pada seorang mu'min sejati. Jika ia mendapat kesenangan, ia bersyukur, dan itu baik baginya. Jika ia tertimpa kesusahan, ia bersabar, dan itu baik baginya (HR Muslim no 7692)

4. Macam – macam Syukur

a. Syukurnya hati

Disebut juga dengan syukur qalb yaitu berupa penggambaran nikmat

b. Syukurnya lisan

Disebut juga Syukur lisan yaitu berupa pujian kepada sang pemberi nikmat dan syukurnya anggota tubuh yang lain.

c. Syukurnya Sairil Jarawih

Disebut juga dengan syukur sairil jarawih dengan mengimbangi niat itu dengan kadar kepentasannya³⁹.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi syukur

McCullough (2002) menjelaskan faktor yang mempengaruhi bersyukur adalah :

a. Kesejahteraan Emosi

³⁹ Hasyim Muhammad, psikologi Qur'ani: *Tafsir Ayat – ayat Sufistik dalam Al-Qur'an*, (UIN Walisongo Semarang, 2015), hal. 62

Selalu kecenderungan atau tingkatan dimana seseorang bereaksi emosional dan merasa menilai kepuasan hidupnya.

b. **Prososial**

Kecenderungan seseorang untuk diterima oleh lingkungan sosialnya.

c. **Religiusitas**

Berkaitan dengan keagamaan keimanan yang menyangkut nilai transendental.

Al-Fauzan (2008) mengatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kebersyukuran :

- a. Memiliki pandangan yang luas dalam hidup. Berpandangan luas terhadap hidup adalah mengetahui bahwa segala sesuatu yang ada pada diri berasal dari Allah, bukan berasal dari manusia atau benda atau makhluk lain.
- b. Persepsi positif dalam hidup. Berprestasi positif dalam hidup adalah berfikir bahwa segala sesuatu yang datang adalah baik bagi diri, sehingga selalu mengembalikan segala sesuatu kepada Allah walaupun terasa berat untuk dijalani.
- c. Niatan baik terhadap orang lain atau ada sesuatu. Berniat baik dalam hal adalah dengan melakukan hal positif pada orang lain.
- d. Kecenderungan untuk bertindak positif atas dasar rasa penghargaan dan perasaan yang baik. Sikap orang yang bersyukur dapat dilihat dari tindakannya yang positif.
- e. Rasa apresiasi yang hangat terhadap orang lain. Suatu apresiasi yang hangat pada orang lain sama artinya dengan menghargai dan menginginkan sesuatu yang baik bagi orang lain.

Berdasarkan hal itu maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kebersyukuran adalah reaksi

emosional seseorang dalam menilai kepuasan hidupnya, persepsi positif dalam hidup seperti diterima di lingkungan dan menyangkut nilai keagamaan seseorang.

6. Penghalang Syukur

Terdapat tiga penghalang syukur yang disebutkan oleh Muhammad Syafi'ie el-Bantanie, yaitu sebagai berikut⁴⁰: (Bab 2 wawasan)

a. Cinta Dunia

Cinta dunia membuat diri kita selalu merasa kurang dan tidak pernah puas dengan apa yang dimiliki dan menjadikan muncul sifat serakah serta lupa diri, lupa untuk bersyukur dengan apa yang sudah dimiliki.

b. Bakhil

Orang yang bakhil akan menahan hartanya dan tidak mau memberikan hartanya kepada fakir miskin. Sifat bakhil akan menjauhkan seseorang dari rasa syukur, bahkan akan mendatangkan azab Allah di dunia dan di akhirat, sebagaimana dijelaskan dalam surat Ali Imron ayat 180.

c. Hasud

Sifat hasud merupakan cerminan rasa tidak puas terhadap apa yang telah dikaruniakan Allah, dan sifat hasud dapat menjauhkan seseorang dari rasa syukur.

Penghalang syukur yang disebutkan oleh Aura Husna ada lima hal yang menjadi penghalang syukur, yaitu⁴¹ :

a. Mudah mengeluh

Dari sebuah keluhan akan menghadirkan pikiran – pikiran dan sifat – sifat negatif dalam diri seseorang yang akan menjadi penghalang bagi diri sendiri untuk bersyukur.

⁴⁰ Muhammad Syafi'ie el-Bantanie, *op. cit.*, hal. 66-76

⁴¹ Aura Husna (Neti Suriana), *op. cit.*, hal. 142-151

b. Memandang remeh nikmat Allah

Meremehkan nikmat yang telah di anugerahkan Allah SWT akan menjadi penghalang tumbuhnya rasa syukur pada diri manusia.

c. Hati yang sempit

Hati yang sempit merupakan hati yang disetir oleh hawa nafsu yang selalu meninggikan materi dan dipenuhi dengan perasaan negative. Jika pada kenyataan yang terjadi tidak sesuai dengan maksud keinginan hati akan muncul rasa kecewa, marah, bahkan meragukan keadilan Allah SWT, sehingga rasa syukur akan semakin berkurang dan semakin sulit untuk berkembang.

d. Tidak mau berbagi

Sifat enggan berbagi atau pelit atau kikir merupakan mental yang selalu merasa bahwa apa yang dimilikinya masih sedikit, sehingga enggan untuk berbagi kepada yang lebih membutuhkan.

B. Trend Fashion

1. Definisi *Trend Fshion*

Dalam kamus bahasa Inggris – Indonesia istilah *trend* merupakan kecenderungan, cenderung, yang menjadi idola⁴². Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) cenderung artinya adalah menaruh minat (keinginan, kasih, dsb) dan kecenderungan adalah kecondongan (hati), kesudian, keinginan, kesukaan⁴³. Dari kesimpulan diatas *trend* merupakan kecenderungan seseorang dalam *fashion* yang sedang ramai di promosikan di Tiktok.

⁴² Rudy Hariyono, Op.Cit, h. 448

⁴³ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 228

Trend merupakan suatu pandangan, gagasan, ide, maupun mode yang sedang digandrungi oleh anak – anak, remaja, dewasa, orang tua, bahkan seluruh masyarakat. *Trend* merupakan sesuatu hal yang sedang “menjamur” atau sedang banyak disukai oleh orang – orang. Contohnya sangat mudah jika sedang berada di tempat keramaian kemudian menemukan kesamaan pada lima sampai sepuluh orang yang ada di tempat itu, maka itulah trend yang sedang berlaku.

Menurut Okky Asokawati, *trend* atau mode memiliki sifat-sifat yang selalu melekat padanya, yaitu sebagai berikut⁴⁴ :

- a) Mempunyai pengaruh dari segi penampilan yang kuat, sehingga masyarakat tertarik kepada model-model terbaru yang ditampilkan, karena model-model yang ditampilkan sesuai dengan selera masyarakat, tingkatan sosial ekonomi masyarakat, tingkat umur, lingkungan atau kondisi masyarakat.
- b) Mode atau *trend* mempunyai sifat komersial, berarti dapat menguntungkan atau merugikan.
- c) Mode atau *trend* bukan merupakan suatu penemuan yang baru atau sesuatu yang selalu baru, tetapi dengan dasar-dasar yang telah ada muncul kembali dengan gaya yang baru.
- d) Mode atau *trend* ada hubungannya dengan produksi tekstil, perlengkapan busana milenaris dan aksesoris.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahasa *trend* merupakan suatu aliran pada dunia mode yang mengalami perubahan penampilan berbusana setiap setahun sekali. Perkembangan mode busana di Indonesia melaju sangat cepat dengan diiringi teknologi yang semakin canggih.

⁴⁴ Okky Asokawati, *Stylish, Smart & Soleha*, (Jakarta: Dian Rakyat, 2008), h. 75

Perkembangan yang sangat cepat ini juga dipengaruhi oleh penyampaian informasi yang sangat mudah untuk mempengaruhi pembaca atau penontonnya mengetahui *trend* yang sedang ada saat ini. Apalagi remaja tidak mau ketinggalan trend demi menunjang penampilannya.

Secara etimologi, *fashion* berasal dari Bahasa Latin “*factio*”, yang artinya adalah “melakukan”. Dalam perkembangannya, kata tersebut diserap kedalam Bahasa Inggris menjadi “*fashion*” yang berarti gaya berpakaian yang populer pada suatu budaya⁴⁵. Gaya dapat berubah seiring berjalannya waktu. *Fashion* atau gaya berbusana mempunyai identitas dan ciri khasnya tersendiri. *Fashion* juga sudah menjadi bagian penting dari gaya, *trend*, dan penampilan keseharian. Menurut Soekanto, *fashion* memiliki arti suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu⁴⁶.

Lypovetsky mengungkapkan bahwa *fashion* merupakan bentuk perubahan yang dicirikan oleh rentang waktu yang singkat, sehingga mode atau *fashion* merupakan suatu kekuatan kebangkitan individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan diri dalam berpenampilan⁴⁷. Menurut Branard ada perbedaan antara *fashion* dan gaya. Menurutnya gaya menyangkut pengertian kepribadian dirinya dan menggunakan *fashion* yang cocok sesuai selera. Akan tetapi *fashion* menjadi perkembangan dari sebuah trend.

2. Fungsi Fashion (Cara Berpenampilan)

⁴⁵ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Mode> diakses pada tgl 30 September 2022

⁴⁶ Soerjono Sukanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), h.186

⁴⁷ Lopovetsky, *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2010), Cet-6, h. 651

Fashion menjadi hal yang sangat penting, karena sebagai sarana hidup bersosial di masyarakat. Karena itu *fashion* mempunyai beberapa fungsi yaitu :

a. Sebagai Penolong

Menurut Soedjamtiko, *fashion* berfungsi penting sebagai media penolong yang dijadikan masyarakat dapat beradaptasi dengan kehidupan modern yang kompleks. Oleh karena itu, *fashion* sebagai cerminan aktivitas masyarakat yang dinamis. *Fashion* dapat mempertemukan kebutuhan individu dan masyarakat. Di sisi yang lain, *fashion* memberikan sebuah keuntungan pada masyarakat⁴⁸.

b. Sebagai Media Komunikasi

Fashion dapat digunakan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal. Karena bisa merfleksikan, meneguhkan, mengekspresikan suasana hati seseorang. Sebagai fenomena budaya, *fashion* memiliki fungsi kesopanan dan daya Tarik karena dapat menampilkan arti dalam sebuah identitas pemakai *fashion* tersebut. Oleh karena itu *fashion* dapat dipakai sebagai bentuk pertunjukan nilai sosial dan status, sehingga orang dapat menyimpulkan tentang diri seseorang, dan kelompok sosial seseorang melalui media *fashion* ⁴⁹.

3. *Trend fashion* dalam perspektif Islam

Dalam Islam cara berpakaian sudah di atur dan dijelaskan dalam Al Qur'an dan As Sunnah. Dalam tata cara berpakaian di Islam tidak hanya menutup, tetapi juga harus memenuhi syarat

⁴⁸ Haryanto Soedjamtiko, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*, (Yogyakarta:Jalasutra, 2008), hal.063

⁴⁹ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta:Jalasutra,2011), h. 100

berpakaian yang benar. Pertama, jilbab menutup seluruh badan, selain yang dikecualikan yaitu wajah dan telapak tangan. Kedua, berpakaian muslim harus terbuat dari bahan yang tebal. Ketiga, berpakaian muslim itu longgar dan tidak ketat atau menyerupai bentuk tubuh. Keempat, berpakaian muslim tidak menyerupai laki-laki atau perempuan kafir serta bukan pakaian untuk mencari popularitas⁵⁰.

Saat ini busana muslim yang dikenakan bukan hanya untuk tuntutan agama menutupi aurat tetapi juga sebagai alat pemenuhan gaya hidup yang sudah merambah kemana-mana. Rasulullah memang tidak melarang umatnya untuk mengikuti perkembangan zaman, termasuk dalam hal berpakaian, akan tetapi rambu-rambu syari'at memanglah harus dipegang teguh dan ditaati⁵¹.

Begitupun dengan penampilan para wanita Muslimah mengenakan busana muslim bukan sekedar atas perintah agama. Kebanyakan wanita Muslimah mengenakan busana muslim hanya untuk tujuan mode atau mengikuti *trend fashion*. padahal busana muslim merupakan salah satu symbol religious bentuk ketaatan dalam melaksanakan perintah Tuhannya⁵². Hal tersebut sesuai dengan ayat Al Qur'an dalam surat Al A'raaf ayat 26 sebagai berikut :

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰىكَ لِبَاسًا يُّوْرِيْ سَوْءَۤاَتِكُمْ وَرِيْشًا وَّلِبَاسًا النَّقْوٰى
ذٰلِكَ خَيْرٌۭ ذٰلِكَ مِنْۢ ءَاٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

⁵⁰ Albani dan Syaikh Muhammad Nashiruddin, *Jilbab Wanita Muslimah Menurut Qur'an dan Sunnah*, (Solo: At-Tibyan, 2011), hal. 35.

⁵¹ M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2010), h. 40.

⁵² M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2010), h. 55.

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa, itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS. Al A’raaf/ 7:26)

C. Hubungan syukur terhadap *trend fashion*

Dalam penelitian ini pengaruh syukur terhadap rasa *trend fashion*. *Trend fashion* merupakan sebuah fenomena baru yang memuat tentang *fashion* baru yang sedang terjadi pada jangka waktu tertentu. *Trend fashion* juga memiliki fungsi sebagai cerminan dari status sosial atau ekonomi yang dapat menjelaskan tentang popularitas dari seseorang⁵³. *Trend fashion* selalu mendapat inovasi terbaru di bidang *fashion* dari masa ke masa mengikuti perubahan zaman yang selalu ada setiap saat.

Trend fashion yang sedang terjadi dapat menyebabkan individu untuk membeli *fashion* seperti baju, tas atau sepatu yang sama seperti yang sedang menjadi *trending* topik. sama seperti dalam teori belajar sosial dari Albert Bandura menjelaskan sebagian besar perilaku manusia melalui *observative* (melihat) dan menerapkan sifat *modelling*. Prinsip dalam teori dari Albert Bandura adalah belajar terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan contoh perilaku (*modelling*)⁵⁴. Berawal dari melihat *trend fashion* melalui media sosial atau dari lingkungan sekitar kemudian tertarik untuk membeli *fashion* yang sama dan terjadi terus berulang membeli secara spontan mengikuti trend yang menyebabkan pemborosan dan tidak memiliki rasa bersyukur atas apa yang sudah dimiliki. Karena pada dasarnya manusia memiliki sifat meniru dan tidak pernah puas dengan apa yang dimiliki.

⁵³ Irfa Diana Sari, “Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen”, *Akuntabel 18 (4)*, 2021 683-690

⁵⁴ N Puspita, “Skripsi Penerapan Model Pembelajaran Role Playing dengan Menggunakan Alat Peraga Untuk Meningkatkan Kemampuan Belajar Siswa”, 2019

Akibat dari mengikuti trend yang tak pernah selesai membuat remaja membeli baju sesuai dengan *trend* nya untuk mengekspresikan diri sebagai pembeda jati diri. Keputusan spontan membeli tanpa direncanakan disebut juga dengan *impulse buying*. *Impulse buying* biasa terjadi ketika sedang membuka sosial media dan tiba-tiba membeli baju sesuai dengan trend fashion yang ada dari media sosial seperti Tiktok, Instagram dan facebook. Membeli baju melalui *e-commerce* kini sangat mudah dan terkadang harganya jauh lebih murah daripada di offline store. Jika *impulse buying* terjadi terus menerus akan membuat remaja itu menjadi boros dan tidak bisa bersyukur dengan apa yang sudah dimilikinya.

Menurut McCullough kebersyukuran sebagai konstruksi kognitif ditunjukkan dengan mengakui kemurahan dan kebaikan hati atas berkah yang telah dimiliki dan fokus terhadap hal positif yang ada dalam dirinya saat ini. Salah satunya faktor yang mempengaruhi syukur menurut McCullough adalah Kesejahteraan Emosi, jika semakin tinggi rasa syukurnya maka akan mempengaruhi kesejahteraan emosi menjadi baik. Jika kesejahteraan emosi menjadi baik maka manusia akan mudah sekali untuk berpikiran jernih, dan mampu mengendalikan emosi dengan mudah. Maka dari itu rasa syukur atas apa yang dimiliki memang perlu ditanamkan sejak dini oleh orang tua dan keluarga terdekat. Agar kelak individu tumbuh menjadi pribadi yang tidak boros dan mampu mensyukuri apa yang ada. Termasuk bersyukur yang dimaksud adalah dalam penelitian ini adalah mensyukuri dalam fashion dengan memakai barang yang sudah dimiliki dan tidak perlu membeli terus menerus hanya karena ingin mengikuti trend fashion. Karena hanya dengan keinginan sesaat demi mengikuti trend yang dilihat melalui media sosial, lingkungan, dan teman sebaya terkadang membuat remaja ingin membeli yang serupa sehingga lupa bersyukur dengan pakaian yang sudah dimiliki.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara rumusan masalah penelitian yang akan dibuktikan dalam penelitian⁵⁵. Kenapa masih dianggap sementara karena masih perlu dibuktikan kebenarannya dan dianggap paling benar karena sudah berdasarkan pikiran yang logis dan pengetahuan untuk menunjangnya. Dalam pengujian hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menerima atau menolak hipotesis⁵⁶. Berdasarkan rumusan masalah dan landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

Ha : Adanya pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang.

Ho : Tidak adanya pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang

Adapun hipotesis pada penelitian ini , terdapat pengaruh signifikan antara Syukur terhadap *Trend Fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Yakni terdapat pengaruh positif dan negative antara Syukur dan *trend fashion*. Maksudnya semakin tinggi rasa syukurnya maka akan semakin rendah pengaruh dari trend fashion pada usia remaja. Sebaliknya jika semakin rendah rasa syukur nyam aka trend fashion akan sangat berpengaruh pada remaja. Maka dapat disajikan model penelitian yang menggambarkan hubungan variabel independent yaitu syukur (X) terhadap variabel dependen yaitu *trend fashion* (Y).

⁵⁵ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kulaitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabet, 2008), h.64

⁵⁶ Sutrisni, Badri, *Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2012, hal 166

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono pada bukunya menyebutkan penelitian kuantitatif yaitu judul penelitian yang bermaksud menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel atau lebih⁵⁷. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh syukur terhadap *trend fashion*.

Menurut Kasiran penelitian kuantitatif adalah suatu langkah untuk menemukan pengetahuan yang empiris menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis sesuatu yang ingin di teliti⁵⁸, sesuai kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional, dan sistematis⁵⁹. Dengan *Independent* variabel (variabel yang mempengaruhi) adalah syukur (X) dan *dependent* variabel (variabel yang dipengaruhi) adalah *trend fashion* atau sebagai variabel terikat (Y). Desain penelitian ini menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, dan struktur, serta percobaan yang terkontrol untuk memaksimalkan objektivitasnya. Analisa penelitian ini dengan bantuan program SPSS *Statistic version 25 for Windows*, peneliti menggunakan teknik analisis regresi sederhana, yaitu *statistical analytic* yang mempelajari hubungan antara dua variabel, sehingga satu variabel dapat mempengaruhi dari variabel lainnya⁶⁰.

⁵⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2008), h.7

⁵⁸ Mohammad Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang:UIN Malang Press, 2008 h. 149.

⁵⁹ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabet, 2008), h.7

⁶⁰ Sri Pangesti, “Modul 1 Regresi Linier Sederhana”, h. 1-2

B. Identitas Variabel

Menurut Hatch dan Farhady variabel sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu yang lain atau satu objek dengan objek lain⁶¹. Dalam penelitian ini ada dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang akan diteliti ini, yaitu syukur (X) dan *trend fashion* (Y).

1. Variabel Independen (Bebas)

Menurut Sugiyono “variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”⁶². Variabel bebas dalam penelitian ini adalah syukur (X).

2. Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sugiyono “Variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah *trend fashion* (Y)⁶³.

C. Definisi Operasional Variabel

1) Syukur

Syukur adalah pengakuan serta rasa terima kasih kepada Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan yang terlihat maupun tidak terlihat, baik dengan hati, lisan maupun perbuatan yang diukur oleh skala rasa syukur. Skala bersyukur dibuat berdasarkan aspek-aspek yang dijelaskan oleh Watkins, dkk⁶⁴.

⁶¹ Widiaworo Erwin, “Mahir Penelitian Pendidikan Modern”, Yogyakarta: Araska, 2018

⁶² Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.88.

⁶³ *Ibid*

⁶⁴ Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. 2003. Gratitude and Happiness: Development of a Measure of Gratitude, and Relationships with Subjective Well-Being. *Society for Personality Research*. Vol. 31, no. 5.

Menurut Watkins, dkk kemampuan bersyukur terdiri dari beberapa aspek seperti *Sense of Abundance* (rasa berkecukupan), *Simple Appreciation* (penghargaan terhadap hal yang simple), dan *Appreciation for others* (penghargaan terhadap kontribusi orang lain). Komponen ini akan menjadi alat ukur dalam pembuatan skala *blue print*.

2) *Trend Fashion*

Pada penelitian ini *trend fashion* adalah merupakan sebuah *trend* yang sedang terjadi atau sedang berlangsung sesuai dengan waktunya dan sumber terciptanya *trend fashion* ini berasal dari media sosial atau lingkungan dari teman sebayanya. *Trend fashion* ini menjadikan remaja selalu mengikuti perkembangan *trend* dan ingin menjadi *trendcenter* dari suatu penampilan. *Trend fashion* pada siswa yang masih berusia remaja dapat dilihat dari beberapa faktor menurut Gutman & Mills, dalam park & Burns⁶⁵, diantaranya adalah : a) *Fashion Leadership* (Kepemimpinan Fashion) b) *Fashion Interest* (Ketertarikan Fashion) c) *Importance of being welldressed* (Rasa Penting untuk berpakaian dengan baik) d) *Anti-Fashion Attitude* (sikap anti *fashion*). Komponen ini akan menjadi alat ukur dalam skala pembuatan *blue print*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari

<http://greatergood.berkeley.edu/pdfs/GratitudePDFs/5WatkinsGratitudeHappiness.pdf>. Diambil Tanggal 17 November 2022.

⁶⁵ Park, hye yung & burns, leslie davis. 2005. *Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying*. Journal of Consumer Marketing. Volume 22 · Number 3 · 2005 · 135–141

dan kemudian ditarik kesimpulannya⁶⁶. Populasi dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah remaja yang berada di kelas XI SMA Negeri 14 Semarang.

Tabel 3.1 Rekap Data Siswa Kelas XI SMA Negeri 14 Semarang

Kelas	Jumlah	L	P	Agama				
				Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha
XI MIPA 1	36	17	19	36	0	0	0	0
XI MIPA 2	36	16	20	36	0	0	0	0
XI MIPA 3	35	15	20	35	0	0	0	0
XI MIPA 4	35	16	19	29	6	0	0	0
XI MIPA 5	36	14	22	29	3	3	1	0
Jumlah MIPA	178	78	100	165	9	3	1	0
XI IPS 1	34	12	22	34	0	0	0	0
XI IPS 2	36	12	24	35	0	0	0	0

⁶⁶ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabet, 2008), h.117.

XI IPS 3	36	12	24	33	3	0	0	0
XI IPS 4	36	16	20	30	3	1	1	0
Jumlah IPS	142	52	90	132	6	1	1	0
Jumlah	320	130	190	297	15	4	2	0

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut⁶⁷. Bila populasi besar, dan penuliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, dengan metode *random sampling*. Menurut Sekaran mengatakan bahwa salah satu cara untuk menentukan ukuran sampel yaitu, ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Penelitian jumlah sampel dari populasi dengan tarah kesalahan 5% yang dilihat dari penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%,⁶⁸. Perhitungan sampel dapat menggunakan teknik rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang akan diteliti

⁶⁷ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabet, 2020), h.168.

⁶⁸ *Ibid* hal 137

- N = jumlah populasi peneliti
- E = error level (tingkat kesalahan). Catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1), catatan dapat dipilih oleh peneliti.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{320}{1 + 320 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{320}{1 + (320 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{320}{4,2}$$

$$n = 76,19$$

Dari jumlah populasi siswa kelas XI SMA Negeri 14 Semarang IPA dan IPS sebanyak 320 siswa. Melalui perhitungan slovin 10% atau 0,1 karena jumlah populasi lebih dari 100 maka didapatkan sampel sebanyak 76,19 yang kemudian dibulatkan menjadi 77 Siswa dari seluruh total populasi.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *random sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Serta peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.

E. Metode Pengambilan Data

Menurut Widiasworo Instrumen penelitian merupakan alat-alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian pada penelitian ini digunakan dengan maksud dan tujuan untuk mengklarifikasi ukurannya dalam menjabarkan indikator-indikator yang penting dalam penilaian.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden tidak dapat menambahkan jawaban lain dan memudahkan pengolahan data. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *Likert*.

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum⁶⁹ skala Likert dipakai dalam mengestimasi persepsi, sikap dan argument seseorang atas fenomena sosial. Pengukuran skala *Likert* menggunakan lima kategori dan masing-masing akan diberi bobot yang berbeda.⁷⁰

Pemberian nilai ini digunakan untuk mengukur validitas dan reabilitas suatu instrumen, serta mencari hasil penelitian dalam model regresi. Pemberian skor pada setiap butir pertanyaan untuk persyaratan tertutup dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.2 *Scoring* untuk Jawaban Kuesioner

Jawaban Responden	Skor	
	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju (SS)	5	1

⁶⁹ Saptutyingsih, Endah & Esty setyaningrum. 2020. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat*. Sleman: Gosyen publishing

⁷⁰ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu :

1. Skala Syukur

Skala nilai syukur dalam penelitian ini di adopsi berdasarkan skala yang disusun oleh Rahman (2014). Skala tersebut mengacu pada aspek kebersyukuran yang dikemukakan oleh Al-Munajjid (2006) yang mengungkap aspek-aspek kebersyukuran yaitu mengenal nikmat yang berasal dari Allah, menerima nikmat yang diberikan oleh Allah, dan memuji Allah atas nikmat yang telah diberikan oleh-Nya. Skala nilai syukur yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 17 aitem, yang terdiri dari 11 aitem *favourable* dan 6 aitem *unfavourable*.

Tabel 3.5 *blueprint* skala syukur

Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Jumlah
Mengenal nikmat	3,5,9	-	3
Menerima nikmat	1,7,8,15	10,13	6
Memuji Allah atas pemberian nkmat	2,6,11,12	4,14,16,17	8

Jumlah	11	6	17
---------------	----	---	----

2. Skala *Trend Fashion*

Pada penelitian ini peneliti mengadopsi skala dari penelitian Elva Rohmatin Neysa (2019) mengenai *Trend fashion*, ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh *trend fashion* kepada remaja yang menjadi siswa kelas XI SMA Negeri 14 Semarang. Komponen *trend fashion* yaitu : a) *Fashion Leadership* (Kepemimpinan *Fashion*) b) *Fashion Interest* (Ketertarikan *Fashion*) c) *Importance of being well dressed* (Rasa Penting untuk berpakaian dengan baik) d) *Anti-Fashion Attitude* (sikap anti *fashion*).

Tabel 3.4 Blue Print skala *Trend Fashion*

Dimensi	Indikator	No. Aitem		Jumlah aitem
		Favorabel	Unfavorabel	
Kepemimpinan dalam <i>Fashion</i>	Memiliki kemampuan dalam mengenali <i>trend fashion</i>	1,2	15	3
	Menganggap dirinya sebagai pelopor <i>trend</i> Terbaru	3,4	16	3
Ketertarikan pada <i>fashion</i>	Memiliki pakaian <i>trend</i> terbaru	5,6	17,18	4
	Merasa senang apabila berbelanja terutama produk <i>fashion</i>	7,8	19,20	4

Rasa penting untuk berpakaian dengan baik	Memiliki pemikiran bahwa gaya yang menarik dan <i>fashionable</i> adalah penting	9,10	21	3
	Memiliki pemikiran bahwa pentingnya berpakaian dengan gaya yang pantas	11	20,23	3
Sikap anti <i>Fashion</i>	Menggunakan fashion yang sesuai dengan dirinya	12	24	2
	Membeli pakaian yang sesuai dengan kebutuhan	13,14	25	3
Total Aitem Valid				25

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum validitas adalah ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu objek⁷¹. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Dari uji ini dapat diketahui apakah kuesioner yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

⁷¹ Saptutyingsih, E., & Setyaningrum, E, *Penelitian kuantitatif metode dan alat analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing 2019, hal 164

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing variabel dengan total variabel tersebut dengan menggunakan rumus metode *Product Moment Coefficient Of Correlation (Pearson)* dengan bantuan *SPSS version 25.0 for windows* dengan syarat aitem dikatakan valid apabila $r > 0,03$.

Menurut Wibowo dan Wulandari, (2020) Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 5%. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidak suatu data, jika:

- $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0.05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid
- $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0.05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid

1) Skala Syukur

Berdasarkan tabel *blueprint* yang diadopsi dari penelitian yang disusun oleh Rahman (2014), skala tersebut mengacu pada aspek kebersyukuran yang dikemukakan oleh Al-Munajjid (2006). Setelah di uji nilai r hitung pada variabel syukur (Y) diperoleh dari pengolahan data menggunakan *SPSS 25 for windows*. Uji coba skala syukur dilakukan pada 77 siswa. Kemudian diperoleh nilai r tabel yaitu 75 dari rumus $(n-2)$ dengan taraf kesalahan 5% maka r tabelnya adalah 0.2422. Berdasarkan perbandingan r tabel dan r hitung pada 17 aitem diketahui bahwa seluruh aitem memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0.2422. Maka dinyatakan bahwa pada skala syukur tidak ada aitem yang digugurkan.

2) Skala *Trend Fashion*

Berdasarkan tabel *blueprint* diatas yang diadopsi dari penelitian Elva Rohmatin Neysa (2019) diketahui bahwa skala *trend fashion* yang terdiri dari 32 aitem setelah dilakukan uji validitas menunjukkan hasil bahwa terdapat tujuh aitem yang gugur, dengan rincian dua aitem dari kepemimpinan dalam *fashion*, dua aitem dari dimensi rasa penting untuk berpakaian dengan baik, tiga aitem dari dimensi sikap anti *fashion*. Sehingga tersisa 25 aitem valid dari skala trend fashion.

Berdasarkan data yang diperoleh dari uji coba alat ukur, selanjutnya dilakukan analisis aitem dengan melakukan uji validitas. Berdasarkan hasil olah data menggunakan metode *Product Moment* terdapat tujuh aitem yang gugur. Dalam penelitian ini validitas aitem diperoleh dari hasil perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel tingkat kesalahan 5%. Aitem dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai r tabel. Peneliti menggunakan r tabel $df=(n-2)$ dengan taraf kesalahan 5%. Aitem diuji coba 77 siswa maka diketahui bahwa df adalah 75, maka ditentukan nilainya r tabel adalah 0.2422. Selanjutnya ditentukan bahwa terdapat tujuh aitem yang nilai r hitungnya lebih kecil dibanding 0.2422, maka aitem tersebut dieliminasi dan aitem yang digunakan dalam skala *trend fashion* berjumlah 25 aitem.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitif dari masa

ke masa⁷². Menurut Azwar yang menjelaskan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengukur hasil atau pengukuran agar bersifat tetap, kredibel dan terbebas dari kesalahan pengukuran.

Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* dengan program SPSS *version 25 for windows*. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0.7 dapat diterima dan nilai diatas 0.8 dianggap baik (Wibowo, 2012).

Kriteria reliabel tidaknya suatu instrumen ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel dinyatakan reliabel.
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel dinyatakan tidak reliabel.

Menurut Wibowo dan Wulandari (2020) merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.6 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
<0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,7999	Tinggi

⁷² Saptutyingsih, E., & Setyaningrum, E, *Penelitian kuantitatif metode dan alat analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing 2019, hal 166

0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
-------------	---------------

1) Skala Syukur

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada skala syukur sebesar 0.835

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Syukur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	17

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,6. Skala syukur dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik.

2) Skala *Trend Fashion*

Hasil uji reliabilitas ini dapat dilihat dari tabel *Alpha Cronbach* dengan ketentuan apabila koefisien *alpha Cronbach* mendekati angka 1,00 maka alat ukur yang digunakan reliable begitupun sebaliknya apabila koefisien mendekati angka 0 maka semakin rendah reliabilitasnya dan hasil uji skala *trend fashion* dengan 25 aitem hasilnya 0,893 maka artinya Reliable.

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan pada skala *trend fashion* menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai sebesar 0.893.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Skala Trend Fashion

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	25

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0.5. Skala *trend fashion* dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik

G. Teknik Analisa Data

Analisis data ini merupakan tahapan setelah data dari seluruh responden dan sumber lainnya terkumpul. Kemudian, data tersebut diolah menjadi informasi sehingga mudah dipahami dan dapat menemukan kesimpulannya. Teknik analisis data akan dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 25 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Tahapan analisis data sebagai berikut:

H. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent dengan variabel dependen. Beberapa langkah untuk menghitung uji regresi sederhana, perlu mengikuti serangkaian syarat sebagai berikut :

1. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis yang digunakan adalah:

a. Uji Normalitas

Menurut Wibowo dan Wulandari uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan pada variabel Syukur (X) dan *Trend Fashion* (Y). Pengujian normalitas data penting dilakukan karena data yang berdistribusi normal dianggap dapat mewakili populasi dalam penelitian. Dalam penelitian uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS versi 25.0 *for windows*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika: Nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{\text{tabel}}$; atau menggunakan Nilai *Probability Sig* (2 tailed) $> \alpha$; $\text{sig} > 0.05$.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini merupakan uji untuk melihat apakah ada hubungan linear yang signifikan dari dua buah variabel yang akan diteliti. Uji linearitas ini dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap regresi yang nantinya akan diperoleh F_{hitung} . Harga F yang diperoleh, dikonsultasikan dengan harga F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan 5%, maka hubungan antar variabel linear.
- 2) Jika $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan 5%, maka hubungan antar variabel tidak linear.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang kemudian menentukan model analisis yang tepat. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada tingkat signifikansinya $>5\%$ maka data terbebas dari heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel *dependent* (terikat) dengan variabel *independent* (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai independent yang diketahui. Analisis regresi sederhana biasanya digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear sederhana, berikut tahapan pengujian hipotesis:

a. Uji Analisis Regresi Sederhana

Menurut Gujarati analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Analisis regresi berfungsi untuk melihat besaran pengaruh dari suatu hubungan yang bersifat kausatif.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis jika:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau signifikan ≤ 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau signifikan ≥ 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Signifikan Stimulan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Tingkatan dilakukan Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan antara variabel Trend Fashion (X) dan Nilai Syukur (Y). Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut.⁷³

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, semua variabel independen/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

4. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen⁷⁴. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai r^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen

⁷³ Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk”, Jurnal EMBA, IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

⁷⁴ Ghozali, Imam, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk”, Jurnal EMBA, IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016, hal 97.

dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kriteria pengujiannya menurut Sugiyono yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai r^2 mendekati 0 maka pengaruhnya semakin kecil.
- 2) Jika nilai r^2 mendekati 1 maka pengaruhnya semakin kuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kanchah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Semarang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah, Indonesia yang sekaligus juga merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian dari provinsi Jawa Tengah, Indonesia⁷⁵. Semarang memiliki banyak sekolah dibawah naungan Dinas Pendidikan Wilayah I. mulai dari tingkat Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). Di Semarang terdapat 16 SMA Negeri, salah satunya adalah SMA 14 yang menjadi tempat peneliti melakukan penelitian.

SMA 14 Semarang secara geografis terletak di kawasan perkotaan Semarang, lokasi yang sangat strategis di Jalan Kokrosono Raya yang tidak jauh dari jalan utama kota Semarang memudahkan untuk dijangkau oleh masyarakat. SMA 14 Semarang tepatnya berlokasi di Jalan Kokrosono, RT 05 RW 13 Kelurahan Panggung Lor, Kecamatan Semarang Utara, Kabupaten Semarang Kota, Provinsi Jawa Tengah.

Sekolah ini didirikan pada 08 Februari 1988 dengan luas tanah 9.462 m². Memiliki fasilitas 27 kelas MIPA dan IPS, dengan 20 Toilet yang tersebar di setiap sudutnya, Perpustakaan, dua Laboratorium Komputer, Laboratorium Biologi, Laboratorium Kimia, Laboratorium Fisika, Aula, *Green House*, hutan mini, Masjid Al Ikhlas dengan dua lantai, Lapangan Basket, Lapangan Voli, Lapangan Upacara, Kantin dengan lima warung dan tempat

⁷⁵ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Semarang diakses pada 29 November 2022 pukul 21.13

duduknya, dan Koperasi sekolah. Sekolah ini memiliki jumlah siswa sebanyak 963 siswa yang terdiri dari 408 siswa putra dan 555 siswi putri.

SMA Negeri 14 memiliki branding tersendiri yaitu “SMA EMPAT BELAS BERKELAS”. Berkelas memiliki arti lebih dari berkualitas dan beda dari yang lain. Berkelas juga merupakan sebuah akronim dari: Bersih, Estetik, Religius, Kreatif, Etika, Lugas, Adaptif dan Sportif.

2. Visi, Misi, dan Tujuan

a. Visi

Seiring dengan digulirkannya Kurikulum Merdeka yang pembelajarannya berpusat pada peserta didik maka perlu adanya perubahan visi sekolah dari “Terwujudnya Sekolah yang Religius, Berakhlak Mulia, Berprestasi, Terampil, dan Berbudaya Lingkungan Hidup” menjadi “Terwujudnya Profil Pelajar Pancasila yang Adaptif dan Berbudaya Lingkungan Hidup”.

Penambahan kata Adaptif dikarenakan perlunya kemampuan untuk selalu dapat menyesuaikan dengan perubahan di era digital seperti saat ini yang mudah berubah. Hal ini selaras dengan Motto Sekolah : “Kita Memang Beda, Pasti Bisa”.

b. Misi

Untuk mewujudkan visi SMA Negeri 14 maka sekolah perlu menjabarkan misi sekolah dalam “SIAP 14” (Smart, Innovative, Active, and Persistent) :

1. Siap Beriman, Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan Berakhlak Mulia.
2. Siap Berkebhinekaan Global.

3. Siap Bergotong Royong.
4. Siap Mandiri.
5. Siap Bernalar Kritis.
6. Siap Kreatif.
7. Siap Beradaptasi dalam Segala Situasi.
8. Siap Berbudaya Sehat.
9. Siap Berliterasi dan Numerasi.
10. Siap Berwirausaha.
11. Siap Melestarikan Budaya Lokal maupun Nasional.
12. Siap Melestarikan Fungsi Lingkungan Hidup.
13. Siap Mencegah Pencemaran Lingkungan Hidup.
14. Siap Mencegah Kerusakan Lingkungan Hidup.

c. Tujuan

1. Tujuan Umum Sekolah:

Secara umum tujuan SMA Negeri 14 Semarang adalah melaksanakan pendidikan yang berkualitas untuk mewujudkan Profil Pelajar Pancasila yang Adaptif dan Berbudaya Lingkungan Hidup.

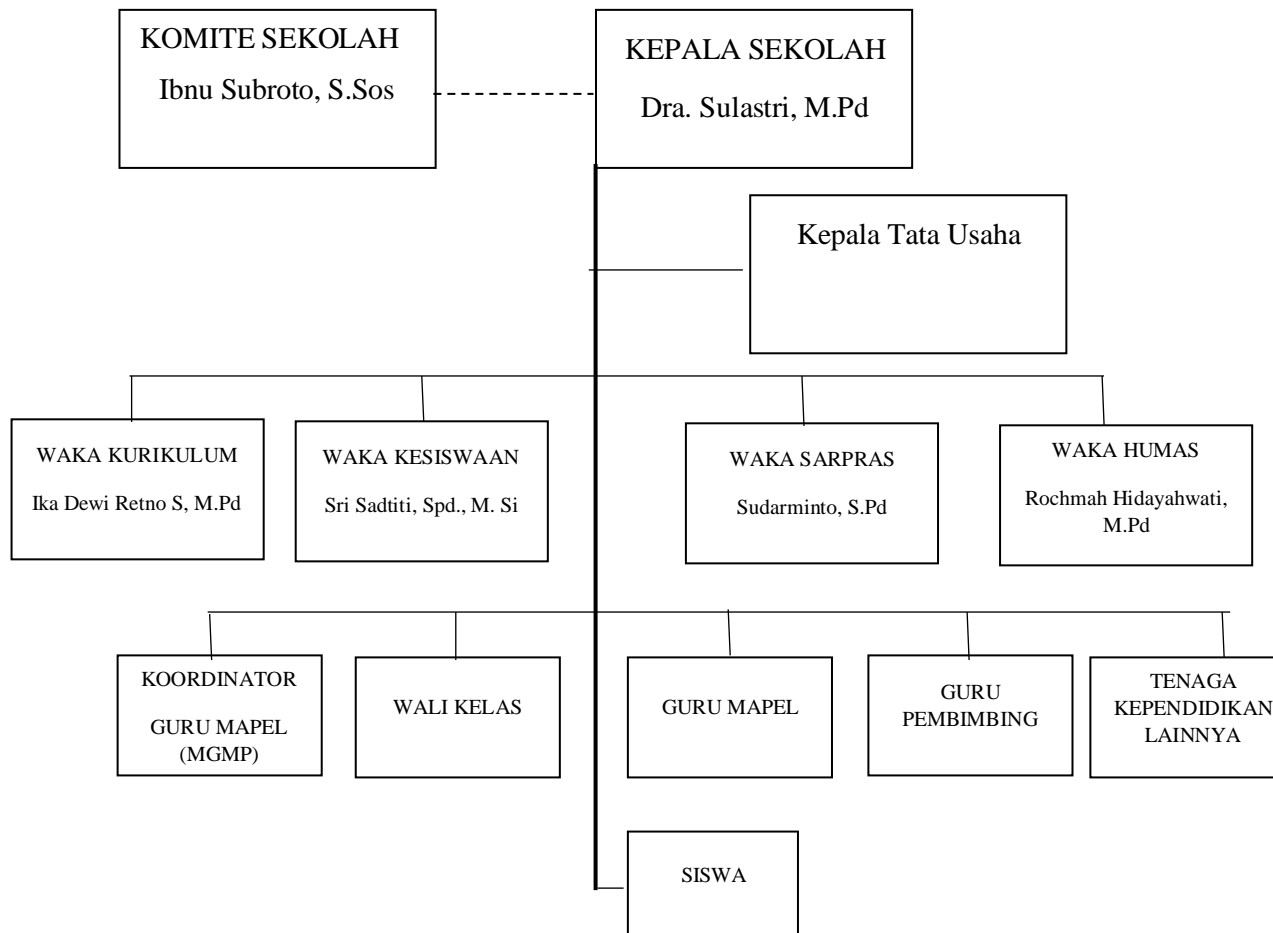
2. Tujuan Khusus Sekolah:

Sesuai dengan Visi dan Misi sekolah maka tujuan khusus sekolah adalah:

- a) Seluruh peserta didik Beriman, Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan Berakhlak Mulia.
- b) Seluruh peserta didik Berkebhinekaan Global.
- c) Seluruh peserta didik Bergotong Royong.
- d) Seluruh peserta didik Mandiri.
- e) Seluruh peserta didik Bernalar Kritis.
- f) Seluruh peserta didik Kreatif.

- g) Seluruh peserta didik Beradaptasi dalam Segala Situasi.
- h) Seluruh peserta didik Berbudaya Sehat.
- i) Seluruh peserta didik Berliterasi dan Numerasi.
- j) Seluruh peserta didik Berwirausaha.
- k) Seluruh peserta didik Melestarikan Budaya Lokal maupun Nasional.
- l) Seluruh peserta didik Melestarikan Fungsi Lingkungan Hidup.
- m) Seluruh peserta didik Mencegah Pencemaran Lingkungan Hidup.
- n) Seluruh peserta didik Mencegah Kerusakan Lingkungan Hidup.

3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sekolah

B. Hasil Penelitian.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui variabel berdistribusi normal peneliti menggunakan nilai unstandardied residual dari model regresi dengan *one*

komlogorov Smirnov-test. Variabel dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.51006577
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.060
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,065 atau dapat dikatakan $0,065 > 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Peneliti mengola data menggunakan *SPSS 25 for windows* dengan kriteria nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih dari 0,05 maka kedua variabel yaitu, Syukur (X) dan *Trend Fashion* (Y) dapat dinyatakan memiliki hubungan yang linear

Tabel 4.10 Anova Tabel

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TREND FASHION * SYUKUR	Between Groups	(Combined)	2756,019	18	153,112	2,864	0,001
		Linearity	1569,829	1	1569,829	29,368	0,000
		Deviation from Linearity	1186,190	17	69,776	1,305	0,222
	Within Groups		3100,293	58	53,453		
	Total		5856,312	76			

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *deviation from linearty* sebesar 0,222 atau dapat dikatakan lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas dilakukan menggunakan *SPSS 25 for windows* dengan metode uji glejser. Data dapat dinyatakan bebas dari heterokedasitas apabila nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.11 Tabel Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.327	7.361		-0.995	.323
	SYUKUR	.211	.121	.198	1.745	.085

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel di atas dinyatakan bahwa nilai signifikansi variabel syukur adalah 0,085. Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel syukur (X) dalam penelitian ini terbebas dari heterokedasitas.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.12 Tabel Anova

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1569.829	1	1569.829	27.467	.000 ^b
	Residual	4286.483	75	57.153		
	Total	5856.312	76			

a. Dependent Variable: TREND FASHION

b. Predictors: (Constant), SYUKUR

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 27,467 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka, model regresi dapat dipakai untuk mempreiksi variabel *trend fashion* (Y) atau dengan kata lain ada pengaruh variabel syukur (X) terhadap *trend fashion* (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.13 Summari Model

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.518 ^a	.268	.258	7.560

a. Predictors: (Constant), SYUKUR

Berdasarkan tabel *model summary* uji regresi linear sederhana di atas besarnya nilai kolerasi atau hubungan (R) diperoleh sebesar 0,518. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,268 yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel syukur (X) terhadap variabel *trend fashion* (Y) adalah sebesar 26,8%. Nilai koefisien determinasi sebesar 26,8%

yang artinya pengaruh variabel syukur (X) terhadap variabel *trend fashion* (Y) kecil dan signifikan, hanya 26,8% dan 73,2% lainnya dipengaruhi faktor lain.

4. Uji Hipotesis

Tabel 4.14 Tabel Koefisien

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	21.414	11.069		1.935
	SYUKUR	.951	.181	.518	5.241
					Sig.
					.057
					.000

a. Dependent Variable: TREND FASHION

Berdasarkan tabel coefficients di atas dapat diketahui nilai constant (a) sebesar 21,414. Sedangkan nilai syukur (b/koeffisien regresi) sebesar 0,951 sehingga persamaan regresi dapat ditulissebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,414 + 0,951 X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut.

- a. Konstanta sebesar 21,414 mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel *trend fashion* (Y) adalah sebesar 21,414.
- b. Koefisien regresi X sebesar 0,951 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *trend fashion* maka, nilai syukur bertambah sebesar 0,951. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel syukur (X) terhadap variabel *trend fashion* (Y) adalah positif.

Pengambilan Keputusan dalam Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa variabel syukur (X) berpengaruh terhadap variabel *trend fashion* (Y).

Berdasarkan nilai t diketahui bahwa t hitung sebesar $5,421 > 1,995$ t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel syukur (X) berpengaruh terhadap variabel *trend fashion* (Y).

C. Pembahasan

Pembahasan terhadap hasil penelitian lapangan pada variabel *independent* (syukur) dan variabel *dependent* (*trend fashion*), akan peneliti jelaskan rangkuman dari hasil penelitian ini sebagai berikut : dari hasil uji yang peneliti lakukan pada variabel syukur terhadap *trend fashion* di SMA Negeri 14 Semarang. Hal tersebut dapat dilihat dari uji validitas dan reliabilitas instrument pernyataan yang peneliti ujikan. Bahwasanya dengan dasar perhitungan uji validitas dimana jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil yang didapatkan dari uji validitas Pada variabel syukur yang di adopsi dari penelitian sebelumnya memuat 17 aitem pernyataan dengan menggunakan r tabel $df=(n-2)$ dengan taraf kesalahan 5% mendapatkan hasil r tabel 0.2422 maka semua aitem lebih besar dari r tabel didapatkan hasil bahwa variabel syukur ini dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam intrumen penelitian. Pada variabel *trend fashion* yang di adopsi dari penelitian sebelumnya memuat 25 aitem pernyataan dengan menggunakan r tabel $df=(n-2)$ dengan taraf kesalahan 5% mendapatkan hasil r tabel 0.2422 lebih besar dari r tabel, maka pada variabel *trend fashion* ini dinyatakan valid.

Uji reliabilitas yang telah peneliti lakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics 25 version for windows* untuk semua bulir pernyataan

dengan dasar *Cronbach's Alpha* > 0.5 maka kuisisioner dinyatakan *reliable* atau konsisten. Hasil yang didapatkan dari variabel syukur (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,835 > 0,5$, maka kuesioner variabel syukur (Y) dinyatakan *reliable* atau konstan. Pada uji reliabilitas pada variabel *trend fashion* (X) dengan nilai *Cronbach's Alpha* $0,893 > 0,5$ maka variabel *trend fashion* (X) kuesioner dinyatakan *reliable* atau konstan.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada variabel Syukur dan variabel *Trend Fashion*. Dengan hasil variabel X dan Y reliabel dan valid. Selanjutnya kuesioner dikemas berbentuk angket dan di *print out* yang kemudian disebarakan kepada siswa dan siswi SMA Negeri 14 Semarang pada kelas XI IPS 2, XI IPS 3, dan XI IPS 4 sebanyak 77 siswa dan sudah terkumpul semua sesuai data di lapangan.

Setelah data tergabung peneliti menganalisis data yang terkumpul, mulai dari uji asumsi yang meliputi: uji normalitas, uji linearitas, dan uji heterokedasitas. Sebagai syarat sebelum pengujian hipotesis analisis regresi linear sederhana.

Pertama pada uji normalitas peneliti akan mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dengan dasar bahwa jika nilai signifikansi (*sig*) $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi (*sig*) $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,065 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Kedua uji linearitas peneliti akan mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent dan dependent. Bahwa model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent. Dengan menggunakan *SPSS Statistics 25 version for windows* dengan kriteria nilai pada *deviation from linearity* $> 0,05$ maka kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan linear. Setelah di uji dan mendapatkan hasil $0,222 > 0,05$ atau hasil nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar $0,222$ lebih besar dari $0,05$.

Maka terdapat hubungan yang linear antara variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).

Ketiga uji heterokadasitas peneliti lakukan untuk memprediksi ada atau tidaknya heterokadasitas pada suatu model penelitian. Dalam uji heterokadasitas ada dua metode yaitu dengan scatterplot dan uji *glejser*. Peneliti menggunakan uji *glejser* untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokadasitas pada penelitian ini. Data dapat dinyatakan bebas dari heterokadasitas apabila nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05. Setelah di uji mendapatkan hasil bahwa nilai signifikansi variabel *trend fashion* adalah 0,085. Maka variabel syukur (X) dalam penelitian ini terbebas dari heterokadasitas.

Selanjutnya peneliti juga melakukan analisis regresi linear sederhana dengan maksud untuk mengukur pengaruh variabel bebas (syukur) terhadap variabel terikat (*trend fashion*). Dengan di analisis menggunakan *SPSS statistics 25 version for windows* yang diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 21,414 yang berarti bahwa nilai variabel syukur 21,414. Pada koefisien syukur (X) = 0,951 dengan nilai signifikansi 0,10 atau 1% yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *trend fashion* maka, nilai syukur bertambah 0,951. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, dengan arah pengaruh variabel *trend fashion* (X) terhadap variabel syukur (Y) adalah positif.

Dalam analisis regresi linear sederhana ada tiga metode yang dipakai yaitu uji koefisien determinasi, uji analisis regresi sederhana, dan uji F. Pertama uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Berdasarkan perhitungannya diperoleh hasil dari koefisien determinasi yang mana pengaruh yang diberikan variabel syukur terhadap *trend fashion* sebesar 26,8% dan 73,2% lainnya dipengaruhi faktor lainnya.

Kedua uji analisis regresi sederhana dimana dalam uji ini dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persial (sendiri) yang

diberikan variabel *independent* (X) syukur terhadap variabel *dependent* (Y) *trend fashion* pada siswa di SMA Negeri 14 Semarang. Dalam uji analisis regresi sederhana juga akan mengetahui hipotesis dari tiap variabel yang diujikan. Dasar dalam pengukurannya jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka variabel *independent* (X) secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y) dan sebaliknya jika signifikansi (sig) $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka variabel *independent* (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y). Berdasarkan pengolahan data *SPSS 25 version for windows* hasil yang diperoleh dari variabel syukur dengan nilai t hitung sebesar $0,518 > 0,268$ t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel syukur (X) berpengaruh terhadap variabel *trend fashion* (X) pada siswa di SMA Negeri 14 Semarang.

Ketiga uji F peneliti lakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) yaitu syukur terhadap variabel terikat (Y) yaitu *trend fashion*. Dengan dasar jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y), dan sebaliknya jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* (X) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *SPSS 25 version for windows* diperoleh nilai F hitung sebesar 27,467 dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti variabel *trend fashion* secara simultan berpengaruh terhadap syukur.

Hasil analisis menunjukkan t hitung sebesar 5,421 yang memiliki nilai lebih besar daripada t table 1,995 maka variabel X (syukur) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*trend fashion*) pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Hasil tersebut mampu menunjukkan bahwa *trend fashion* pada usia remaja yang berasal dari media sosial, keluarga, dan lingkungan sekitar mampu mempengaruhi rasa syukur pada siswa.

Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian kali ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfa Diana Sari dan Finisica Dwijayanti Patrikha (2021) menghasilkan temuan yaitu pengaruh e-gaya hidup dan trend fashion mempengaruhi impulse buying pada produk fashion konsumen. Karena impulse buying merupakan perilaku dalam membeli sesuatu secara spontan tanpa berpikir terlebih dahulu. Pengalaman yang pernah dialami oleh konsumen tidak dapat mempengaruhi konsumen karena impulse buying terjadi disebabkan karena adanya dorongan kuat dalam perasaan konsumen untuk melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa memikirkan akibat atau dampak yang akan didapatkan⁷⁶. Pada penelitian itu juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Trend Fashion dengan Impulse Buying dengan nilai t hitung senilai 10,152 lebih besar dari nilai t table 0,05.

Berdasarkan uraian diatas bahwa Trend fashion mempengaruhi impulse buying yang membuat konsumen akan beli secara tiba-tiba tanpa memikirkan Panjang apakah sudah memiliki atau fungsi untuk membelinya. Syukur dalam penelitian ini untuk membuktikan bahwa trend fashion dapat mempengaruhi untuk membeli sesuai dengan trend tanpa memikirkan sudah memiliki barang yang sama seperti itu atau fungsi dari membeli sesuai trend nya. Dampak jangka Panjang jika terus menerus membeli mengikuti trend maka akan terjadi penumpukan barang yang membuat barang tersebut menjadi mubadzir karna tidak dapat dimaksimalkan fungsinya sampai rusak.

Bentuk mubadzir yang sering ditemukan saat ini adalah pemborosan dalam banyak hal, yang tentu saja berdampak buruk dan merugikan pelakunya⁷⁷. Maka dari itu untuk menghindari dari sifat mubadzir perlu ditanamkan rasa syukur pada anak yang masih dalam fase remaja. Penanaman rasa syukur bisa dari orang tua, keluarga terdekat dan teman sebaya nya. Karena pada usia remaja cenderung masih mengikuti

⁷⁶ Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). *Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*. ISSN 2549 9882 Jurnal Penelitian Psikologi, 33-40. Online.

⁷⁷ Fachruddin, *Ensiklopedia Al-Qur'an*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998

dengan trend untuk mencari jati dirinya tanpa memikirkan rasa syukur bahwa tidak perlu mengikuti trend.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis data penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh syukur terhadap *trend fashion* pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Dibuktikan dengan hasil uji data menggunakan *SPSS 25 version for windows* diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel syukur (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel *trend fashion* (Y) dengan korelasi yang positif pada siswa SMA Negeri 14 Semarang. Dengan hasil korelasi yang positif maka jika syukur meningkat maka akan mempengaruhi rasa *trend fashion* juga meningkat.

B. Saran

1. Bagi siswa dan siswi SMA Negeri 14 Semarang hendaknya menyadari bahwa rasa syukur dapat berpengaruh pada *trend fashion* pada masing-masing individu, sehingga seperlunya saja untuk mengikuti agar rasa syukur masih terdapat pada diri masing-masing.
2. Bagi yang ingin melakukan penelitian mengenai *trend fashion* hendaknya bisa menggunakan variabel lain, seperti halnya: kepercayaan diri, pemborosan *buying impulsive*, *rolling mode* teori dari Albert Bandura dan sebagainya yang bisa menangkap fenomena yang mampu menjeelaskan secara luas tentang *trend fashion*.
3. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai variabel *trend fashion* terhadap syukur supaya dapat menambahkan variabel yang lebih spesifik seperti di media sosial atau di salah satu aplikasi supaya dapat memperoleh hasil penelitian yang maksimal sehingga dalam penyusunan item skala akan lebih baik dan teliti dan mampu mengembangkan teori yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzanishari Mawaddah, Zainal Abidin dkk, (2022) “Mengupas makna syukur dari sudut pandang remaja awal”, *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.9 No.1,
- Al Ghazali Imam. (2013) *Mihnajul Abiddin*, (Jakarta: KHATULISTIWA Press)
- Albani dan Syaikh Muhammad Nashiruddin (2011) , *Jilbab Wanita Muslimah Menurut Qur’an dan Sunnah*, (Solo: At-Tibyan)
- Alex Sobur. (2016) *Psikologi Umum* Cetakan ke-6 (Bandung: CV Pustaka Setia)
- Amin, M. (2009). “Syukur (Pujian, Terima kasih)” Pusat Studi Al-Quran www.psq.or.id/ensiklopedia_detail
- An-Najar Amir. (2004) *Psikoterapi Sufistik dalam Kehidupan Modern*, Terj. Ija Suntana, (Bandung: PT. Mizan Publika)
- An-najjar Amir (2001) *Ilmu Jiwa dalam Taswuf* Studi Komparatif dengan Ilmu Jiwa Kontemporer, Terj. Hasan Abrori, (Jakarta: Psutaka Azzam)
- Asokawati Okky,(2008) *Stylish, Smart & Soleha*, (Jakarta: Dian Rakyat)
- Barnard Malcolm. (2011) *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Isentitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta:Jalasutra)
- E Ferrinadewi. (2008) *Merek Dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Edy Irwan Christanto dan Setyani Sri Haryanti,(2018) “*Impulse Buying Behavior Pada Konsumen Online*”, Prosiding : The National Conferences Management and Business (NCMAB) ‘Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing BIsnis dalam Era Digital’, ISSN : 2621- 1572
- El Bantanie Muhammad Syafi’I (2009), *Dahsyatnya Syukur*, (Jakarta: Qultum Media)
- Fachruddin. (1998) *Ensiklopedia Al-Qur’an*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ghazali Imam. (1983) *Taubat Sabar dan Syukur*, Terj. Nur Hichkmah. R. H. A Suminto, (Jakarta: PT. Tintamas Indonesia, Cet. VI)
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk*”, *Jurnal EMBA, IBM SPSS 23*

(Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Semarang diakses pada 29 November 2022 pukul 21.13

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Mode> diakses pada tgl 30 September 2022

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/syukur> diakses pada tanggal 14 September 2022

<https://quran.kemenag.go.id/surah/31> , diakses pada tanggal 14 September 2022

<https://www.sudut.hukum.com.peatured.hikmah.ilmu> diakses tanggal 14 September 2022.

Husna Aura (Neti Suriana), *Kaya dengan Bersyukur: Menemukan Makna Sejati Bahagia dan Sejahtera dengan Mensyukuri Niss*

I Q Al-Jauziyah. (1999) *Madarijussalikin (pendakian menuju Allah), penjabaran kongkrit “iyyaka na’budu wa iyyakanasta’in.”* Pustaka Al-Kautsar.

Imam Budoyo Indarto, Suryanto, Andy Matulesy. “*Model Kebersyukuran Remaja Sekolah Menengah Pertama*”

Imarah Muhmmad (1999). *Islam dan Pluralitas Perbedaan dan Kemajuan dalam Bingkai Persatuan*. (Jakarta: Gema Insani Press).

Kharis, IsmuFadli. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang

Lopovetsky. (2010) *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Kencana Media Group), Cet-6.

McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. A. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112–127. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>

Mohammad Kasiram. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang:UIN Malang Press.

Muhammad Hasyim (2015) psikologi Qur’ani: *Tafsir Ayat – ayat Sufistik dalam Al-Qur’an*, (UIN Walisongo Semarang)

- N Puspita (2019) “Skripsi Penerapan Model Pembelajaran Role Playing dengan Menggunakan Alat Peraga Untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Siswa”
- P. A Chusna. Pengaruh Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak. *Dinamika Penelitian; Media Komunikasi Sosial Keagamaan*. 17(2):315-330.
- Pangesti Sri, “Modul 1 Regresi Linier Sederhana”, h. 1-2
- Park, hye yung & burns, leslie davis. (2005). *Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying*. *Journal of Consumer Marketing*. Volume 22 · Number 3.
- Pratiwi, N. dan Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Semantik: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 6(1):11-24.
- Reksa k, Nistanto. (2021). “Jumlah Pengguna Insternet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta.” *Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/> (September 14,2022).
- Saptutyningsih, Endah & Esty setyaningrum. (2020). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat*. Sleman: Gosyen publishing
- Sari Irfa Diana. (2021) “Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen”, *Akuntabel* 18 (4), 2021 683-690
- Shihab M. Quraish Shihab. (2010) *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, (Jakarta: Lentera Hati)
- Shihab Muhammad Quraish (1996), *Wawasan Al Qur'an: Tafsir Maudhu'I atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan,
- Shihab Muhammad Quraish. (2002) *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Penerbit Lentera Hati, Jakarta, Volume 10.
- Shihab Muhammad Quraish. (2002) *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*, Penerbit Lentera Hati, Jakarta, Volume 15. ..
- Shobihah Ida Fitri. (2013) “Dinamika Syukur pada Ulama Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga)

- Simon Kemp, *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State of Digital'*, <https://wearesocial.com/> , 14 September 2022, jam 22.00 WIB.
- Sinaga Deddy, *Mengapa Ikut Trend Membuat Remaja Jadi Boros*, <https://www.cnnindonesia.com/keluarga/> , 14 September 2022
- Sodjatmiko Haryanto. (2008) *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*, (Yogyakarta:Jalasutra,)
- Sugiono. (2020) “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabet)
- Sukanto Soerjono. (2004) *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: Raja Grafindo)
- Sutrisni, Badri (2012), *Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Tim Redaksi KBBI Edisi Ketiga (2002). (Jakarta: Bali Pustaka).
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). *Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*. ISSN 2549 9882 Jurnal Penelitian Psikologi, 33-40. Online.
- W.J.S Poerwadarminta (2007), *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and Happiness: Development of a Measure of Gratitude, and Relationships with Subjective Well-Being. *Society for Personality Research*. Vol. 31, no. 5. <http://greatergood.berkeley.edu/pdfs/GratitudePDFs/5WatkinsGratitudeHappiness.pdf>. Diambil Tanggal 17 November 2022.
- Widiasworo, Erwin. (2018). *Mahir Penelitian Pendidikan Modern*. Yogyakarta: Araska. www.remajanew.blogspot.com diakses pada tgl 24 November 2022 pada pukul 21.50 WIB



PROGRAM STUDI TASAWUF DAN PSIKOTERAPI

FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

UIN WALISONGO SEMARANG

Kampus II, JL.Prof. Dr.Hamka, Tambak Aji, Kec Ngaliyan SEMARANG

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Shalawat serta Salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, maka saya mengharapkan kesediaan saudara untuk membantu dalam pengisian skala ini.

Saya sangat mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi skala tersebut dengan lengkap sesuai dengan keadaan, pikiran dan perasaan yang sebenarnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun. Kerahasiaan jawaban dan identitas yang diberikan dijamin dan dijunjung tinggi oleh etika akademik peneliti.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas kesediaan saudara dalam pengisian skala ini. Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan saudara dengan kebaikan dan kemuliaan yang berlimpah.

Wassalamualaikum, Wr.Wb

Hormat saya,

Miftakhul Husnah

Identitas Diri

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Sekolah :
- e. Kelas :
- f. Email :

5. Petunjuk Pengisian Angket :

Berikut ini terdapat 25 dan 17 pernyataan, dimana setiap pernyataannya diikuti dengan 5 pilihan jawaban yaitu :

SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat tidak Setuju

Selanjutnya perhatikan hal-hal berikut ini :

1. Perhatikan dan cermati setiap pertanyaan maupun pernyataan sebelum anda memilih
2. Berilah tanda centang (v) pada jawaban anda

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk mengisi kuisioner ini secara jujur dan terbuka.

Semarang,

2022

Jawablah pernyataan berikut dengan sejujur-jujurnya

Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih dulu mengetahui model baju terbaru daripada teman-teman					
2	Jika ada trend fashion terbaru saya akan mengetahui					
3	Saya menjadi orang pertama yang menggunakan model pakaian terbaru					
4	Pakaian yang saya pakai menjadi <i>trending</i> topik					
5	Jika ada model baju terbaru, saya akan membelinya					
6	Saya memiliki koleksi baju yang sesuai dengan trend terbaru					
7	Saya memperhatikan trend fashion terbaru					
8	Saya mengunjungi pusat perbelanjaan untuk mengetahui trend fashion terbaru					
9	Saya selalu mengedepankan cara berpakaian					
10	Berpakaian dengan gaya menarik hal yang penting bagi saya					
11	Memakai pakaian dengan gaya yang pantas merupakan hal yang penting					
12	Saya memakai baju yang saya rasa nyaman					
13	Saya pergi membeli sepatu jika sepatu yang saya miliki rusak					
14	Saya membeli pakaian yang sesuai diri saya					
15	Saya termasuk orang yang tidak mengikuti trend fashion					

16	Baju yang saya pakai tidak menarik perhatian orang lain					
17	Saya tidak perlu membeli baju model terbaru					
18	Pakaian yang saya miliki, modelnya keluaran terdahulu					
19	Saya tidak peduli dengan perkembangan trend fashion					
20	Saya tidak tertarik untuk mengetahui trend fashion terbaru					
21	Saya tidak peduli dengan cara berpakaian					
22	Memakai baju dengan gaya apapun bagi saya sama saja					
23	Saya menggunakan pakaian yang saya rasa nyaman walaupun modelnya tidak bagus					
24	Saya memakai baju yang tidak sesuai dengan trend terbaru					
25	Saya akan membeli sepatu baru walaupun sepatu yang lama masih bisa dipakai					

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa nikmat Allah pada saya sangat banyak					
2	Saya merasa Allah sangat baik pada saya					
3	Saya berfikir bahwa bentuk tubuh saya saat ini adalah karunia dari Allah SWT					
4	Saya lupa mengingat Allah SWT ketika mendapatkan nikmat-Nya					

5	Saya berpikir bahwa udara yang saya hirup saat ini adalah nikmat yang diberikan oleh Allah					
6	Saya berdzikir untuk memuji Allah SWT atas segala kebaikan-Nya					
7	Saya merasa lebih beruntung daripada orang lain					
8	Saya mengembalikan semua permasalahan pada Allah SWT					
9	Saya merasa bahwa semua yang saya miliki merupakan karunia Allah SWT semata					
10	Saya merasa ragu dengan kehendak Allah terhadap hidup saya					
11	Saya mendoakan orang-orang yang telah membantu saya sebagai bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT					
12	Saya merasa berterima kasih kepada Allah SWT atas bentuk tubuh saya saat ini					
13	Saya merasa bahwa Allah SWT tidak memberikan saya nikmat apapun					
14	Saya merasa terbebani jika harus melaksanakan ibadah					
15	Saya merasa bahwa keinginan saya selalu dipenuhi oleh Allah SWT					
16	Saya akan menggerutu apabila suatu hal tidak berjalan seperti yang saya harapkan					
17	Saya lupa mengucapkan alhamdulillah ketika mendapatkan apa yang saya					

	inginkan					
--	----------	--	--	--	--	--

**Periksalah kembali jawaban
Anda, Pastikan tidak ada
komponen yang terlewatkan.
Terima kasih atas kerjasamanya.**

TABULASI VARIABEL TREND FASHION (X)

TABULASI VARIABEL SYUKUR (Y)

$$R \text{ tabel} = 0,2242$$

Berasarkan r tabel :

$$df(n-2)$$

$$df = 77-2$$

$$= \mathbf{75}$$

SYUKUR (Y)																	TOTAL (Y)
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	
5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	78
5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	4	3	3	60
4	5	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
4	5	5	2	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	3	4	2	69
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	70
5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	75
5	5	5	3	4	3	3	4	5	5	3	5	5	5	3	3	3	69
5	3	5	5	5	4	3	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	75
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	78
4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	78
4	4	5	4	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	3	3	1	68
5	5	5	1	5	5	2	5	4	2	5	5	1	3	4	2	4	63
4	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	3	1	4	5	3	4	68
5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	77
4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
5	5	5	1	5	5	4	5	5	4	2	5	5	4	3	3	3	69
5	5	5	1	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	4	3	3	68
4	4	5	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	61
4	3	4	2	4	2	2	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	55
4	5	4	5	4	2	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	72
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	73
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	1	3	4	1	1	55
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	79
5	5	5	3	5	3	5	4	5	3	4	5	5	5	3	3	4	72
4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	62
5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	66
5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	1	73
5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	76
3	4	5	3	5	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	2	2	60
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	57
5	5	5	3	4	4	2	2	5	5	4	3	4	4	4	1	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	82
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	81
5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	77
4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	62
4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	5	4	4	4	3	2	4	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	83
5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	76
4	3	4	4	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	2	4	64
5	5	5	2	5	5	3	5	5	2	5	5	5	5	5	2	1	70
5	5	5	5	5	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	67
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	79
4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	63
4	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	2	73
5	5	5	2	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	1	3	70
5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	79
5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	77
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	67
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	82
5	5	5	1	4	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	72
4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	68
4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	68
5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	70
5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	2	5	76
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	79
4	5	5	3	4	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	74
5	5	5	3	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	67
4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	5	4	5	3	3	5	70
5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	79
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
5	5	5	2	5	4	3	3	5	4	4	5	5	3	3	1	3	65
5	5	5	2	5	4	2	3	5	5	4	5	5	4	3	5	4	71
5	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	79
4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	71
4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	1	5	51
5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
5	5	5	3	5	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	73
5	5	5	2	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4	2	68
5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	2	76
5	5	5	2	5	2	4	3	4	3	3	4	5	4	5	3	4	66
0,516	0,592	0,6	0,503	0,348	0,649	0,474	0,598	0,709	0,425	0,526	0,713	0,419	0,709	0,532	0,615	0,524	
0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	0,224	
V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	

V = valid
 Aitem dikatakan valid
 jika r hitung lebih besar
 dari r tabel.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL *TREND FASHION* (X)

Correlations

		X22	X23	X24	X25	TOTAL
X01	Pearson Correlation	.294**	.013	.230*	.004	.657**
	Sig. (2-tailed)	.009	.908	.044	.971	.000
	N	77	77	77	77	77
X02	Pearson Correlation	.323**	.067	.323**	.052	.768**
	Sig. (2-tailed)	.004	.560	.004	.653	.000
	N	77	77	77	77	77
X03	Pearson Correlation	.232*	-.003	.302**	-.019	.650**
	Sig. (2-tailed)	.042	.982	.008	.871	.000
	N	77	77	77	77	77
X04	Pearson Correlation	.211	.004	.374**	.008	.729**
	Sig. (2-tailed)	.065	.975	.001	.942	.000
	N	77	77	77	77	77
X05	Pearson Correlation	.244*	.158	.238*	-.028	.722**
	Sig. (2-tailed)	.032	.169	.037	.811	.000
	N	77	77	77	77	77
X06	Pearson Correlation	.268*	.029	.398**	.023	.713**
	Sig. (2-tailed)	.019	.801	.000	.841	.000
	N	77	77	77	77	77
X07	Pearson Correlation	.261*	-.056	.351**	.025	.761**
	Sig. (2-tailed)	.022	.629	.002	.829	.000
	N	77	77	77	77	77
X08	Pearson Correlation	.198	-.034	.358**	.062	.656**
	Sig. (2-tailed)	.084	.766	.001	.590	.000
	N	77	77	77	77	77
X09	Pearson Correlation	.264*	.067	.318**	.054	.717**
	Sig. (2-tailed)	.020	.561	.005	.644	.000
	N	77	77	77	77	77
X10	Pearson Correlation	.058	.045	.297**	-.013	.648**
	Sig. (2-tailed)	.618	.699	.009	.911	.000
	N	77	77	77	77	77
X11	Pearson Correlation	.166	.059	.094	.008	.552**
	Sig. (2-tailed)	.148	.610	.417	.943	.000
	N	77	77	77	77	77
X12	Pearson Correlation	.060	-.085	.077	-.040	.356**
	Sig. (2-tailed)	.606	.460	.508	.730	.001
	N	77	77	77	77	77

X13	Pearson Correlation	-.040	.036	.231 [*]	-.232 [*]	.321 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.728	.754	.044	.042	.004
	N	77	77	77	77	77
X14	Pearson Correlation	-.017	-.191	.023	-.355 ^{**}	.265 [*]
	Sig. (2-tailed)	.884	.096	.846	.002	.020
	N	77	77	77	77	77
X15	Pearson Correlation	.314 ^{**}	.258 [*]	-.036	.287 [*]	.368 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.005	.023	.754	.011	.001
	N	77	77	77	77	77
X16	Pearson Correlation	-.017	.326 ^{**}	.317 ^{**}	.176	.430 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.886	.004	.005	.125	.000
	N	77	77	77	77	77
X17	Pearson Correlation	.256 [*]	.094	.171	.211	.450 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.024	.415	.138	.065	.000
	N	77	77	77	77	77
X18	Pearson Correlation	.075	.100	.399 ^{**}	.043	.411 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.519	.385	.000	.709	.000
	N	77	77	77	77	77
X19	Pearson Correlation	.495 ^{**}	.185	.293 ^{**}	.462 ^{**}	.416 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.107	.010	.000	.000
	N	77	77	77	77	77
X20	Pearson Correlation	.237 [*]	.216	.273 [*]	.219	.656 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.038	.060	.016	.056	.000
	N	77	77	77	77	77
X21	Pearson Correlation	.169	.195	.502 ^{**}	.235 [*]	.503 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.142	.089	.000	.040	.000
	N	77	77	77	77	77
X22	Pearson Correlation	1	.296 ^{**}	-.053	.359 ^{**}	.447 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.009	.646	.001	.000
	N	77	77	77	77	77
X23	Pearson Correlation	.296 ^{**}	1	.069	.186	.246 [*]
	Sig. (2-tailed)	.009		.553	.105	.031
	N	77	77	77	77	77
X24	Pearson Correlation	-.053	.069	1	.197	.500 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.646	.553		.086	.000
	N	77	77	77	77	77
X25	Pearson Correlation	.359 ^{**}	.186	.197	1	.248 [*]
	Sig. (2-tailed)	.001	.105	.086		.029

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL SYUKUR (Y)

		Correlations			
		Y15	Y16	Y17	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	.295**	.210	.179	.516**
	Sig. (2-tailed)	.009	.066	.119	.000
	N	77	77	77	77
Y02	Pearson Correlation	.338**	.226*	.163	.592**
	Sig. (2-tailed)	.003	.049	.157	.000
	N	77	77	77	77
Y03	Pearson Correlation	.209	.275*	.094	.600**
	Sig. (2-tailed)	.068	.015	.417	.000
	N	77	77	77	77
Y04	Pearson Correlation	.282*	.299**	.487**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.013	.008	.000	.000
	N	77	77	77	77
Y05	Pearson Correlation	.111	.032	-.081	.348**
	Sig. (2-tailed)	.338	.785	.485	.002
	N	77	77	77	77
Y06	Pearson Correlation	.393**	.336**	.224	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.050	.000
	N	77	77	77	77
Y07	Pearson Correlation	.453**	.261*	.216	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.059	.000
	N	77	77	77	77
Y08	Pearson Correlation	.394**	.346**	.271*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.017	.000
	N	77	77	77	77
Y09	Pearson Correlation	.372**	.348**	.238*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.038	.000
	N	77	77	77	77
Y10	Pearson Correlation	-.025	.232*	.189	.425**
	Sig. (2-tailed)	.830	.042	.100	.000
	N	77	77	77	77
Y11	Pearson Correlation	.409**	.272*	.246*	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.031	.000
	N	77	77	77	77
Y12	Pearson Correlation	.247*	.383**	.166	.713**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.149	.000
	N	77	77	77	77

Y13	Pearson Correlation	-.105	.237 [*]	.007	.419 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.364	.038	.951	.000
	N	77	77	77	77
Y14	Pearson Correlation	.306 ^{**}	.390 ^{**}	.323 ^{**}	.709 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.004	.000
	N	77	77	77	77
Y15	Pearson Correlation	1	.184	.301 ^{**}	.532 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.110	.008	.000
	N	77	77	77	77
Y16	Pearson Correlation	.184	1	.357 ^{**}	.615 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.110		.001	.000
	N	77	77	77	77
Y17	Pearson Correlation	.301 ^{**}	.357 ^{**}	1	.524 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.001		.000
	N	77	77	77	77
TOTAL	Pearson Correlation	.532 ^{**}	.615 ^{**}	.524 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	77	77	77	77

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	17

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.51006577
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.060
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

UJI LINIERITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TREND FASHION * SYUKUR	Between Groups	(Combined)	2756,019	18	153,112	2,864	0,001
		Linearity	1569,829	1	1569,829	29,368	0,000
		Deviation from Linearity	1186,190	17	69,776	1,305	0,222
	Within Groups		3100,293	58	53,453		
Total			5856,312	76			

UJI HETEROKEDASITAS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-7.327	7.361		-.995	.323
	SYUKUR	.211	.121	.198	1.745	.085

a. Dependent Variable: Abs_RES

ANALISIS REGRESI LINER SEDERHANA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1569.829	1	1569.829	27.467	.000 ^b
	Residual	4286.483	75	57.153		
	Total	5856.312	76			

a. Dependent Variable: TREND FASHION

b. Predictors: (Constant), SYUKUR

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Diri

Nama : Miftakhul Husnah
NIM : 1804046093
Jurusan : Tasawuf dan Psikoterapi
Semester : 9
Tempat/Tanggal lahir : Semarang/ 22 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl Surtikanti Tengah II No 9, Bulu Lor Semarang Utara
Pendidikan Terakhir : SMA Negeri 14 Semarang

Riwayat Pendidikan

SD : SDIT Bina Amal
SMP : SMP Negeri 10 Semarang
SMA : SMA Negeri 14 Semarang