

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK MOTIVASI BERHIJAB PADA MAHASISWI PSIKOLOGI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Indah Purnamasari

Jurusan Psikologi, FIP, Unesa. Email: indahpurnamasari@mhs.unesa.ac.id

Desi Nurwidawati

Jurusan Psikologi, FIP, Unesa. Email: desinurwidawati@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab pada mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah subjek yaitu 100 mahasiswi di Universitas Negeri Surabaya. Karakteristik subjek adalah menggunakan hijab minimal selama dua tahun dan tidak pernah melepaskan hijabnya dalam kondisi apapun yang seharusnya menggunakan hijab. Data dalam penelitian ini adalah data yang dianalisis dengan model Rasch. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis faktor. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua faktor yang membentuk motivasi berhijab, yaitu faktor pendukung dan faktor ketertarikan. Faktor pendukung terdiri dari kebutuhan untuk menggunakan hijab, penghargaan karena telah menggunakan hijab, tekanan sosial yang mendorongnya untuk menggunakan hijab, dan hukuman yang menekannya untuk berhijab. Faktor ketertarikan terdiri dari minat yang muncul dalam diri individu untuk berhijab.

Kata Kunci : Motivasi Berhijab, Mahasiswi

Abstract

This study aims to determine the factors affecting hijab motivation of female student of psychology in state university of surabaya. This research applies quantitative research method. The research subjects are 100 students in State University of Surabaya who are chosen using purposive sampling technique. The subject characteristics are using the hijab for at least two years and never release the hijab under any conditions that should use the hijab. The data in this study are the data analyzed with the Rasch model. Then, the data were analyzed using factor analysis. The research findings showed that two factors affecting hijab motivation is supportive factor and interest factor. Factor proponent consist of needs to use hijab, rewards for using hijab, social pressure that encourages to use hijab, and punishment that suppresses it to wear hijab. Factor interest consist of interests that arises in an individual to wear hijab.

Keywords: Hijab Motivation, Female Student

PENDAHULUAN

Hijab berasal dari bahasa Arab, yaitu *Hajaba* yang memiliki arti menyembunyikan dari pandangan. Noer dan Tambak (2016) dalam Islam wanita harus mempertahankan kesucian dan kehormatannya, salah satunya dengan menutup aurat menggunakan hijab. Guindi (1999) hijab memiliki arti mengarah pada corak pakaian Islam, namun ada yang memahami bahwa hijab merupakan penutup kepala, dan adapula yang mengatakan pakaian yang menutup dari ujung rambut sampai ujung kaki. Manfaat dari menggunakan hijab selain untuk menjaga keindahan dan kehormatan bagi seorang perempuan, dapat pula menjaga dari pandangan laki-laki yang bukan mukhrim.

Seorang perempuan muslim tidak diperbolehkan memamerkan tubuhnya serta harus dapat menjaga kehormatannya agar dapat terhindarkan dari kejahatan seksual. Hal tersebut dapat memberikan pandangan mengenai perempuan yang menggunakan hijab sebagai

sosok yang berwibawa, lebih disegani, dan tidak ada yang berani mengganggu secara terang-terangan (Noer dan Tambak, 2016). Seiring dengan perkembangan waktu, hijab memiliki perkembangan dalam gaya dan model berhijab yang semakin modern. Saat ini hijab tidak hanya menjadi simbol dari agama, namun juga menjadi sebuah budaya dan gaya hidup seseorang (Fakhrurroji, 2015).

Menurut Budiati (2011) dalam jurnalnya yang berjudul "Jilbab: Gaya Baru Hidup Kaum Hawa" yang mengatakan bahwa jilbab tidak menjadi simbol identitas keimanan tetapi menjadi bagian aksesoris berpakaian. Pakaian muslimah (jilbab) dapat dianggap mampu mengkomunikasikan hasrat menjadi orang modern yang saleh dan sekaligus menjadi muslim yang modern karena mengikuti *trend*. Sebagai bagian dari *fashion* hijab yang berfungsi sebagai identitas kaum muslim, hijab juga menjadi cara seseorang mengekspresikan diri dalam berpakaian.

Nida dan Bikololong (2015) dalam hal ini perempuan biasanya menggunakan hijab disaat-saat tertentu (misalnya: sekolah, kampus, bekerja), tetapi apabila sudah tidak berada dalam lingkup tersebut hijab yang digunakan akan dilepas.

Banyaknya fenomena mengenai hijab dapat pula mengubah gaya dalam berhijab yang awalnya hanya itu-itu saja. Pada saat ini banyak gaya hijab dengan berbagai model yang menarik. Sebelumnya hijab hanya digunakan oleh beberapa kalangan seperti aktivis Islam dan pelajar di pondok pesantren atau sekolah umum (Saprudin, 2016). Beberapa tahun kemudian akhirnya banyak yang menggunakan hijab dari berbagai usia. Hal ini menjadi motivasi tersendiri baik bagi yang sudah berhijab sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dirinya dan bagi yang belum berhijab tapi mulai tertarik menggunakan hijab.

Sardiman (dalam Noer, Tambak dan Faridah, 2016) Motif akan menjadi aktif pada saat-saat tertentu apabila kebutuhan seseorang untuk mencapai suatu tujuan akan dirasa mendesak. Mc. Donald (dalam Bustan dan Shah, 2014) motivasi merupakan perubahan energi yang ada dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling dan kemudian muncul tanggapan terhadap tujuannya. Motivasi berhijab sendiri adalah seseorang yang tertarik menggunakan hijab karena terdorong oleh berbagai faktor yang memotivasinya untuk memutuskan menggunakan hijab.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan dengan wawancara dan menyebarkan angket pada 30 mahasiswi angkatan 2015-2017 Psikologi Universitas Negeri Surabaya, alasan mahasiswi menggunakan hijab karena termotivasi oleh lingkungan disekitarnya dan keinginan yang muncul dari diri sendiri. Hasil wawancara dengan 15 mahasiswi Universitas Negeri Surabaya, 7 mahasiswi mengatakan bahwa dirinya menggunakan hijab karena kemauan dan keinginan dari diri sendiri dengan berbagai motivasi, seperti mendengar kajian mengenai agama, ingin menjadi seperti kakaknya yang sholihah, dukungan dari lingkungan dan latar belakang keluarga yang agamis. 5 orang mahasiswi mengatakan dirinya menggunakan hijab karena mendapat dorongan dari orangtuanya yang mengingatkan untuk menggunakan hijab dan menutup auratnya, sehingga hal tersebut membuat dirinya lebih nyaman menggunakan hijab. 3 mahasiswi mengatakan menggunakan hijab saat masih sekolah karena aturan dari sekolah yang mengharuskan perempuan muslim menggunakan hijab, sehingga ia menjadi terbiasa dan merasa tidak nyaman apabila harus melepas hijabnya.

Hasil angket yang disebarkan pada 15 mahasiswi, salah satu mahasiswi Psikologi yang berhijab mengungkapkan bahwa ia termotivasi karena banyaknya

model hijab saat ini yang bervariasi dan dengan menggunakan hijab dapat membuat dirinya merasa nyaman dan aman. Ada yang termotivasi menggunakan hijab karena pesan dari guru mengajinya yang selalu mengingatkan mengenai kewajiban perempuan muslim untuk selalu menggunakan hijab. Ada yang termotivasi karena sering mendengar ceramah mengenai kewajiban untuk menutup aurat. Alasan menggunakan hijab mahasiswi lainnya karena mengetahui bahwa apabila seorang perempuan keluar satu langkah dari rumah dengan memperlihatkan auratnya maka akan satu langkah pula bagi orangtua laki-laki untuk memasuki neraka, sehingga hal itu membuat mahasiswi tersadar mengenai kewajibannya menggunakan hijab untuk menutup auratnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif multivariat dengan metode analisis faktor. Santoso (2010) analisis multivariat adalah analisis multi variabel dalam satu atau lebih hubungan. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab pada mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Data dalam penelitian ini adalah data yang dianalisis dengan model Rasch.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan mahasiswi Psikologi angkatan 2015 - 2017 Universitas Negeri Surabaya yang menggunakan hijab yang berjumlah 210 orang. Subyek dalam penelitian ini memiliki karakteristik yaitu (1) Mahasiswi Psikologi UNESA angkatan 2015, 2016, dan 2017 (2) Mahasiswi Psikologi UNESA dalam penelitian ini minimal 2 tahun sudah pakai hijab dan tidak pernah melepas hijabnya dalam kondisi apapun yang seharusnya menggunakan hijab. Teknik sampling yang akan digunakan adalah teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel dari kriteria khusus, sebanyak 38 mahasiswi sebagai subjek uji coba dan sebanyak 100 mahasiswi sebagai subjek penelitian.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah motivasi. Santoso (2010) analisis faktor termasuk dalam teknik interdependensi yaitu variabel-variabel tersebut tidak saling bergantung satu dengan yang lainnya. Sehingga identifikasi variabel faktor-faktor motivasi berhijab dalam penelitian ini adalah kebutuhan, minat, rasa ingin tahu, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman.

Uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan model Rasch dengan aplikasi Winstep. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument dari skala motivasi berhijab. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala

likert. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor karena untuk menganalisis faktor-faktor motivasi berhijab pada mahasiswi Psikologi UNESA. Teknik analisis data pada penelitian ini data diolah menggunakan model Rasch dengan bantuan aplikasi Winstep dan kemudian akan dilanjutkan menggunakan program SPSS 24.0 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan uji analisis data menggunakan teknik analisis faktor menghasilkan variabel kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman tergolong pada faktor 1 yang diberi nama faktor pendukung dan variabel kedua, yaitu variabel minat yang diberi nama faktor ketertarikan.

Uji *Bartlett Test* digunakan untuk menguji matriks korelasi hubungan antar variabelnya. Selain itu, terdapat pula uji *Kaiser-Meyers-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*, Simamora (2005) kesimpulan mengenai analisis faktor dapat dilakukan atau tidak berdasarkan hasil uji *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Adequacy*. Berikut adalah hasil uji *Bartlett* dan uji *KMO* pada penelitian ini :

Tabel 1. KMO dan *Bartlett's Test*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,628
Bartlett's Test of Sphericity	Approx Chi-Square	27,477
	Df	10
	Sig.	,002

Berdasarkan pada tabel hasil *Bartlett* dan uji *KMO*, diketahui bahwa nilai *KMO* sebesar 0,628 dan tingkat signifikan uji *Bartlett* menjadi 0,002. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa lima variabel yang tersisa layak untuk dilanjutkan proses analisis faktor.

Kemampuan setiap faktor dapat mewakili variabel-variabel yang dianalisis dan dilihat oleh varians yang dijelaskan dan disebut dengan *eigenvalue*. Santoso (2010) menyatakan bahwa apabila angka nilai eigen adalah >1 , maka variabel dengan nilai eigen dibawah 1 akan dikeluarkan.

Tabel 2. Nilai Eigen

Component	Total	% of Variance	Cumulative%
1	1,647	32,948	32,948
2	1,085	21,695	54,642
3	,894	17,880	72,522
4	,719	14,384	86,906
5	,655	13,094	100,000

Terdapat 5 variabel yang dimasukkan dalam analisis faktor, yaitu Kebutuhan, Minat, Penghargaan, Tekanan Sosial, dan Hukuman. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa faktor pertama dan faktor kedua memiliki nilai >1 . Faktor yang pertama menunjukkan nilai eigen sebesar 1,647, dan faktor kedua menunjukkan nilai eigen sebesar 1,085.

Nilai *communalities* terlihat hampir semua variabel mempunyai nilai diatas 0,5 kecuali variabel penghargaan. Namun karena hanya satu faktor yang memiliki nilai *communalities* dibawah 0,5 sehingga nilai tersebut akan tetap dipakai (Santoso, 2010).

Tabel 3. *Communalities*

	Initial	Extraction
Kebutuhan	1,000	,554
Minat	1,000	,615
Penghargaan	1,000	,478
Tekanansosial	1,000	,526
Hukuman	1,000	,560

Hasil pada nilai *Communalities* menunjukkan bahwa variabel minat memiliki nilai yang paling tinggi dalam membentuk motivasi berhijab pada mahasiswi Jurusan Psikologi UNESA dengan nilai sebesar 0,615. Selanjutnya variabel hukuman memiliki nilai tinggi setelah variabel minat sebesar 0,560. Kemudian untuk variabel kebutuhan memiliki nilai sebesar 0,554. Selanjutnya variabel tekanan sosial memiliki nilai sebesar 0,526. Terakhir variabel penghargaan memiliki nilai sebesar 0,478.

Setelah diketahui jika dua faktor merupakan jumlah yang paling optimal, maka pada tabel komponen matriks memiliki arti untuk menunjukkan distribusi dari kelima variabel pada dua faktor yang sudah terbentuk. Angka-angka pada tabel komponen matriks disebut dengan *factor loadings* (nilai korelasi), yang dapat menunjukkan besar korelasi pada suatu variabel dengan faktor 1 dan 2. Proses penentuan variabel mana dimasukkan pada faktor mana dapat dilihat dari nilai perbandingan besar dari setiap baris.

Tabel 4. Component Matrix

	1	2
Kebutuhan	,737	,106
Minat	,202	,758
Penghargaan	,674	-,152
Tekanansosial	,225	-,689
Hukuman	,748	,036

Berdasarkan tabel komponen matriks diatas terdapat dua komponen utama yang memenuhi untuk menjelaskan kelima variabel penelitian. Faktor 1 terdiri dari variabel kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman. Faktor 2 terdiri dari 1 variabel, yaitu minat.

Selanjutnya pemberian nama faktor, berdasarkan nilai eigen dan presentase kumulatif maka terdapat dua komponen utama yang terbentuk untuk memenuhi kelima variabel penelitian, yaitu pada faktor 1 terdiri dari kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman. Sedangkan untuk faktor 2 hanya terdiri variabel minat.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab pada mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Hipotesis pada penelitian ini menyatakan bahwa “kebutuhan, minat, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman merupakan faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab” dan kini telah direduksi menjadi 2 faktor yang membentuk motivasi berhijab. Faktor tersebut adalah faktor pendukung dan faktor ketertarikan. Faktor pendukung ini dibentuk dari variabel kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman. Faktor ketertarikan dibentuk dari variabel minat.

Variabel minat memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan variabel-variabel yang lainnya pada motivasi berhijab mahasiswi. Dapat dikatakan bahwa mahasiswi Jurusan Psikologi Unesa memiliki minat yang tinggi dalam berhijab. Variabel selanjutnya yang memiliki nilai signifikan dalam membentuk motivasi berhijab adalah variabel hukuman.

Jadi, dari hasil paparan diatas nilai yang paling tinggi adalah variabel minat dan dapat dijelaskan dengan teori sebagai berikut. Menurut Franken (dalam Nurhayani, 2012) minat merupakan bagian kognitif dari motivasi, dan dapat dikatakan pula sebagai gambaran kognitif yang dapat memberikan arah pada suatu tindakan. Minat dalam berhijab memiliki arti bentuk dari upaya seseorang untuk dapat memenuhi keinginannya sebagai suatu kesadarannya dalam beragama. Sebelum munculnya minat berhijab pada perempuan, pengetahuan mengenai hijab sudah ada terlebih dahulu. Penelitian Saprudin (2016) sebelum mahasiswi memiliki kesadaran diri dalam berhijab, sebelumnya telah melalui tahapan-tahapan yang akhirnya bertahan dalam memakai hijab. Menurut hasil dari studi pendahuluan, minat yang tinggi pada mahasiswi Psikologi dalam motivasi berhijabnya karena memiliki pengetahuan mengenai hukum perempuan muslim yang wajib menggunakan hijab.

Menurut hasil dari studi pendahuluan, minat yang tinggi pada mahasiswi Psikologi dalam motivasi berhijabnya karena memiliki pengetahuan mengenai hukum perempuan muslim yang wajib menggunakan hijab. Pemahaman tersebut dapat membuat mahasiswi Psikologi mulai tertarik untuk menggunakan hijab. Penelitian Noer dan Tambak (2016) pengetahuan adalah suatu istilah yang dapat menggambarkan apabila

seseorang mengetahui tentang sesuatu. Pengetahuan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang telah diketahui mengenai hijab karena telah mempelajari agama Islam (Noer dan Tambak, 2016).

Woolfolk (2005) minat (*interest*) adalah dorongan atau keinginan seseorang pada suatu objek tertentu. Minat dalam penelitian ini memiliki arti mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Negeri Surabaya memiliki ketertarikan sendiri untuk menggunakan hijab, ketertarikan itu pun muncul dari dirinya sendiri tanpa adanya pengaruh dari luar. Mahasiswi yang memiliki minat dalam berhijab didasari atas alasan kewajiban agama dan akan memahaminya sebagai kewajiban yang tidak bisa ditinggalkan.

Saprudin (2016) menjelaskan mengenai motivasi teogenetis yang memiliki arti bahwa motivasi tersebut muncul karena adanya interaksi antara manusia dengan Tuhannya. Motivasi tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan ibadah dan merealisasikan norma-norma dalam ajaran agama Islam yang diyakininya dalam kehidupan sehari-hari, hal tersebut termasuk kewajiban dalam menggunakan hijab. Terlepas dari hal tersebut, sebelum akhirnya mahasiswi menemukan kesadaran diri dalam menggunakan hijab tentunya mahasiswi tersebut telah melewati tahapan-tahapan perjalanan kehidupan dalam berhijrah untuk menggunakan hijab hingga akhirnya konsisten dan memiliki tekad yang bulat dalam berhijab sesuai dengan ajaran agama Islam.

Kedua variabel hukuman, menurut hasil dari studi pendahuluan variabel hukuman memiliki arti bahwa mahasiswi Jurusan Psikologi yang menggunakan hijab karena ingin menghindari dari hukuman apabila tidak menggunakan hijab, hal tersebut dapat berupa perasaan bersalah, perasaan dosa dan lain-lain. Penelitian Mardiyah dan Fitriyah (2017) perempuan harus melaksanakan hukum dan ajaran Islam dengan benar dan dengan penuh keimanan agar mendapatkan keutamaan yang telah diraih oleh kaum muslimah. Mardiyah dan Fitriyah (2017) menjaga rasa malu merupakan sebuah ciri khas dari seorang wanita. Selain itu, hijab dapat mendatangkan pahala karena telah menjalankan syariat Islam serta dapat memelihara rasa malu, karena malu merupakan sebagian dari iman. Mahasiswi harus memahami bahwa menggunakan hijab merupakan sebuah kewajiban bukan sekedar mengenai *trend fashion* tetapi merupakan sebuah bentuk ketaatan dan sumber datangnya pahala yang akan membuat mahasiswi konsisten dan bertahan dalam berhijab (Noer dan Tambak, 2016). Apabila mahasiswi akan bertingkah sebaliknya, maka mahasiswi akan bahwa setiap perilaku yang akan diperbuatnya pasti akan memiliki konsekuensinya (Noer dan Tambak, 2016).

Woolfolk (2005) hukuman (*punishment*) adalah sebuah proses yang dapat melemahkan dan menekan sebuah perilaku seseorang. Jadi, hukuman dalam penelitian ini merupakan proses yang dapat menekan motivasi mahasiswi dalam menggunakan hijab. Oleh karena itu, sebagai wanita muslim harus melaksanakan hukum dan aturan dalam ajaran agama Islam dengan penuh keimanan dengan tujuan untuk mendapatkan keutamaan yang telah diraih oleh wanita muslim (Mardiyah dan Fitriyah, 2017). Mardiyah dan Fitriyah (2017) adapun beberapa hikmah dari berhijab, yaitu pertama sebagai faktor ketenangan rohani karena sebagai indikasi keselamatan bagi seorang wanita muslim. Kedua, dapat memperkuat ikatan keluarga. Ketiga, mengangkat nilai dan kehormatan sebagai wanita muslim. (Mardiyah dan Fitriyah, 2017) manfaat berhijab, yaitu dapat selamat dari azab Allah SWT (azab neraka), tetapi apabila sebagai wanita muslimah menjalankan kewajibannya dengan menggunakan hijab dengan istiqomah dan menjaga akhlakunya dengan baik maka akan terhindar dari hukuman atau azab Allah SWT karena telah mematuhi perintahnya sebagaimana mestinya.

Mahasiswi yang memiliki motivasi berhijab karena variabel hukuman dapat dikatakan ingin menghindari dari hukuman yang telah dijelaskan diatas, selain itu hijab juga memiliki manfaat dan hikmah dalam menggunakan hijab karena dapat memberikan rasa aman serta dapat menghilangkan perasaan bersalah maupun perasaan takut lainnya karena tidak mematuhi ajaran agama Islam.

Kedua variabel yang telah dijelaskan diatas merupakan variabel yang membentuk faktor pendukung (kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman) dan faktor ketertarikan (minat) yang dapat menggambarkan motivasi berhijab pada mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Selain variabel diatas, terdapat satu variabel yang dapat menggambarkan variabel berhijab yaitu variabel rasa ingin tahu, tetapi memiliki nilai signifikansi yang rendah sehingga variabel tersebut harus dihilangkan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab pada mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Negeri Surabaya, terdapat dua faktor yang membentuk motivasi berhijab. Faktor tersebut adalah faktor pendukung yang terbentuk dari variabel kebutuhan, penghargaan, tekanan sosial, dan hukuman. Faktor selanjutnya adalah faktor ketertarikan yang hanya terbentuk dari variabel minat. Variabel yang memiliki nilai signifikansi yang tinggi pada motivasi berhijab adalah variabel minat pada faktor ketertarikan dan variabel

hukuman pada faktor pendukung karena memiliki nilai konsistensi yang cukup tinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memaparkan saran sebagai berikut:

1. Bagi Subyek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi mahasiswi mengenai faktor mana yang paling berpengaruh dalam membentuk motivasi berhijab. Mahasiswi yang berhijab harus memiliki cara alternatif agar dapat menumbuhkan atau memunculkan motivasinya yang tinggi agar dapat konsisten dalam berhijab. Mahasiswi harus memahami dengan benar hal apa yang mendorongnya dalam berhijab. Mahasiswi berhijab karena juga perlu menambahkan pengetahuan dan pemahamannya mengenai hukum berhijab sehingga akan dapat lebih memotivasinya untuk konsisten berhijab. Mahasiswi juga perlu selalu memandang positif mengenai faktor motivasi apa yang menyebabkan dirinya berhijab sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak yang baik bagi dirinya sendiri.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai analisis faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab, dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi berhijab seseorang. Menambahkan lebih banyak lagi teori-teori dan penelitian yang relevan mengenai motivasi berhijab sehingga dapat memperluas penelitiannya. Memperbesar populasi penelitian agar dapat mencakup seluruh faktor-faktor yang membentuk motivasi berhijab. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti mengenai fenomena mahasiswi yang sering buka-tutup hijab.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D & Nova Yohana. (2007). Kontruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman. *Mediator*. Vol 8 (2). Online, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1155>. Diakses pada 23 Juli 2018
- Andriani, M & Ni'matuzahroh. (2013). Konsep diri dengan konformitas pada komunitas hijabers. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Vol 6 (1). Online, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jipt/article/view/1362>. Diakses pada 15 Januari 2018
- _____. (2015). *Reliabilitas dan validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

- Azwar, S. (2010). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Budiati, A. C. (2011). Jilbab: gaya hidup baru kaum hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*. Vol 1 (1). Online, <http://jsi.uinsby.ac.id/index.php/jsi/article/view/5>. Diakses 5 Januari 2018
- Bustan, R & Abdullah, H S. (2014). Motivasi berjilbab mahasiswi universitas Al Azhar Indonesia (UAI). *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*. Vol 2 (3). Online, <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SH/article/view/143>. Diakses 8 Februari 2018
- Darmawan, D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Duha, T. (2016). *Perilaku organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Eriany, P & Lucia H. (2014). Studi deskriptif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi mengikuti kegiatan bimbingan belajar. *Psikodimensia*. Vol 13 (1) 115-130. Online, <http://journal.unika.ac.id/index.php/psi/article/view/282>. Diakses 8 Februari 2018
- Fakhrujoji, M. (2015). Transformasi konsep diri muslimah dalam hijabers community. *Al-Tahrir*. Vol 15 (2) 431-450. Online, <http://jurnal.stainponorogo.ac.id/index.php/tahrir/article/view/272>. Diakses 10 Januari 2018
- Guindi, F E. (1999). *Jilbab Antara Kesalehan, Kesopanan, dan Perlawanan*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- King, L A. (2010). *Psikologi umum*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mardiyah, A & Fitriyah. (2017). Pengaruh Pemahaman Hukum Berhijab Terhadap Cara Berbusana Siswi di SMK Negeri 2 Jombang. *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol 1 (2) 200-214. Online, <http://journal.unipdu.ac.id/index.php/jpi/article/download/1030/730>. Diakses 19 Juni 2018
- Nida, S & Jacobus B. B. (2015). Hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab pada hijabers. *Prosiding PESAT*. Vol 6. Online, <http://www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/viewFile/1342/1195>. Diakses 15 Januari 2018
- Nisa, K & Rudianto. (2017). Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan. *Jurnal Interaksi*. Vol 1 (1) 105-117. Online, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/download/882/790>. Diakses pada 19 Juni 2018
- Noer, A. Syahraini T. & Faridah. (2016). Pengaruh pengetahuan berjilbab dan perilaku keagamaan terhadap motivasi berjilbab mahasiswi PAI universitas Islam Riau. *Jurnal Al-Thariqah*. Vol 1 (2). Online, <http://journal.uir.ac.id/index.php/althariqah/article/view/630>. Diakses 12 Februari 2018
- Nurhayani, U. (2012). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi. *Jurnal Mediasi*. Vol 4 (1). Online, <http://digilib.unimed.ac.id/417/1/Fulltext.pdf>. Diakses 23 Juli 2018
- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing
- Santoso, S. (2010). *Statistik multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Santrock, J.W. (2008). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Saprudin, M. Mushlihin & Sari N. (2016). Motivasi pemakaian jilbab mahasiswi Islam universitas negeri Jakarta. *Jurnal Studi Al-Qur'an*. Vol 12 (2). Online, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jsq/article/view/3840>. Diakses 12 Februari 2018
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Woolfolk, A. (2005). *Educational psychology ninth edition*. Boston: Allyn & Bacon
- Yunita, E. (2017). Pergeseran fungsi ear-ring sebagai aksesoris hijab di kalangan perempuan kota Lhokseumawe. *Aceh Anthropological Journal*. Vol 1 (1). Online, <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/AAJ/article/view/362>. Diakses 8 Februari 2018
- Zakaria, S. (2005). *Panduan dan strategi motivasi diri*. Kuala Lumpur: Sanon Printing Corporation SDN BHD