

## SUMMARY

This research is entitled "Determinants of Hijab Demand for Female Muslim Students at the Faculty of Economics and Business Jenderal Soedirman University". The purpose of this research was to analyze the effect of the price of the hijab, the price of complementary goods (Muslim wear price), income, hijab taste, and religious behavior on the hijab demand for female Muslim students at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University, and to analyze the elasticity and type of elasticity on the hijab demand for hijab for female Muslim students at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University.

This type of research is quantitative research. The data used are primary data through questionnaires. The population in this research was 1,478 female Muslim students in the class of 2017-2019. The sample used in this research is *simple random sampling*. Determination of the sample in this research using the Yamane method. The results of the sample calculation in this research obtained a sample of 94 female Muslim students at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University. The method of analysis in this research is multiple linear regression analysis using the *ordinary least square* approach.

Based on the results of research and data analysis, it shows that together all the independent variables are hijab price ( $X_1$ ), the price of complementary goods or Muslim wear price ( $X_2$ ), income ( $X_3$ ), hijab taste ( $X_4$ ), and religious behavior ( $X_5$ ) had a significant influence on the hijab demand for female Muslim students at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University. This research also gives the results that partially the hijab price variable, income variable, and religious behavior variable have a positive and significant effect on the hijab demand female Muslim students at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University, while the price of complementary goods (Muslim wear prices) variable and the hijab taste variable did not have a significant effect on the hijab demand for female Muslim students. The most influential variable through the elasticity test in this research is the hijab price variable which is the most influential variable on the hijab demand with an elasticity value of -0.553 and the type of elasticity is inelastic ( $E < 1$ ).

The implication of this research is for sellers to reduce or set prices for hijabs and the price of complementary goods (Muslim wear price) but it can improve the quality of hijab and Muslim wear. For investors, should look for areas that can produce cheaper prices for hijabs and clothing. For consumers, it should not always be concerned with getting a cheap price, but also more concerned with the good quality of the desired item.

**Keywords:** Hijab demand, hijab prices, the price of complementary goods (Muslim wear price), income, hijab tastes, religious behavior.

## RANGKUMAN

Penelitian ini berjudul “Determinants of Hijab Demand for Female Muslim Students at the Faculty of Economics and Business Jenderal Soedirman University”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga hijab, harga barang komplementer (harga pakaian Muslim), pendapatan, selera hijab, dan perilaku religiusitas terhadap permintaan hijab serta menganalisis elastisitas dan jenis elastisitas terhadap permintaan hijab mahasiswa perempuan Muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer melalui kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1,478 mahasiswa perempuan Muslim tahun angkatan 2017 -2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Yamane. Hasil perhitungan sampel dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 94 mahasiswi Muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan pendekatan *ordinary least square*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa secara bersama-sama semua variabel independen yaitu harga hijab ( $X_1$ ), harga barang komplementer atau harga pakaian Muslim ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), selera hijab ( $X_4$ ), dan perilaku religiusitas ( $X_5$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan hijab bagi mahasiswa perempuan Muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini juga memberikan hasil bahwa secara parsial variabel harga hijab, variabel pendapatan dan variabel perilaku religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan hijab bagi mahasiswa perempuan Muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, sedangkan variabel harga barang komplementer (harga pakaian Muslim) dan variabel selera hijab tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan hijab bagi mahasiswa perempuan Muslim. Variabel yang paling berpengaruh melalui uji elastisitas pada penelitian ini yaitu variabel harga hijab yang merupakan variabel paling berpengaruh terhadap permintaan hijab dengan nilai elastisitas -0.553 dan jenis elastisitas bersifat inelastis ( $E < 1$ ).

Implikasi dari penelitian ini adalah bagi penjual sebaiknya menurunkan atau menetapkan harga hijab dan harga barang komplementer namun dapat meningkatkan kualitas hijab dan pakaian Muslim. Bagi investor sebaiknya mencari wilayah yang bisa menghasilkan harga hijab dan pakaian yang lebih murah. Bagi konsumen sebaiknya tidak selalu mementingkan untuk mendapatkan harga yang murah, namun juga lebih mementingkan kualitas yang baik dari barang yang diinginkan.

**Kata kunci:** Permintaan Hijab, Harga Hijab, Harga Barang Komplementer (Harga Pakaian Muslim), Pendapatan, Selera Hijab, Perilaku Religiusitas.