

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk industri *fashion* halal saat ini mengalami peningkatan yang tajam, seiring dengan jumlah populasi masyarakat muslim, juga trend di kalangan wanita muslimah untuk memakai pakaian yang menutup aurat. Sehingga banyak sekali produk pakaian yang menggunakan atribut busana muslim dengan kaidah untuk menutup aurat juga tidak transparan. Sehingga pada saat ini munculnya berbagai macam *brand fashion* halal di Indonesia menandakan bahwa industri fashion ini berkembang dengan pesat karena banyaknya permintaan konsumen. Dengan maraknya fashion yang sedang trend saat ini, banyak kalangan remaja hingga dewasa yang berminat terhadap *fashion*.¹

Hal ini menunjukkan bahwa, produsen sangat perlu memperhatikan dan memprediksi perkembangan tren fashion supaya produknya terus bersaing.² Dalam melakukan prediksi terhadap suatu tren, terdapat dua siklus yang perlu diperhatikan. Pertama, prediksi jangka pendek, yang mencakup proyeksi tren dalam rentang waktu satu hingga dua tahun ke depan. Fokus utama dari prediksi ini adalah pada inovasi produk, khususnya dalam hal warna, tekstil, dan gaya

¹ Mey Kurnia Lestari, Masruchin, dan Diah Krisnaningsih, “Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (30 Desember 2022): 143–59, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10519](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10519).

² Nafisa Aninda dan Yan Yan Sunarya, “SIKLUS TREN FASHION DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS TREN BERKAIN DI INSTAGRAM REMAJA NUSANTARA),” *Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain* 6, no. 1 (5 Desember 2023): 1–20, <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.16961>.

pakaian. Kedua, terdapat prediksi jangka panjang, yang berorientasi pada proyeksi tren lebih dari lima tahun ke depan. Dalam konteks ini, perhatian lebih diberikan pada dinamika perubahan dalam industri fashion, terutama yang berkaitan dengan material, desain, produksi, dan ritel. Dengan demikian, kedua jenis prediksi ini saling melengkapi dalam memahami perkembangan tren fashion secara komprehensif.³ Perkembangan industri halal di Indonesia memiliki dampak signifikan terhadap penerapan gaya hidup halal. Gaya hidup halal merujuk pada cara hidup yang mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks ini, terdapat elemen-elemen penting seperti kesehatan, keselamatan, keamanan, kemakmuran, dan penghormatan terhadap martabat manusia. Selain itu, gaya hidup halal juga berperan sebagai salah satu pendorong utama dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

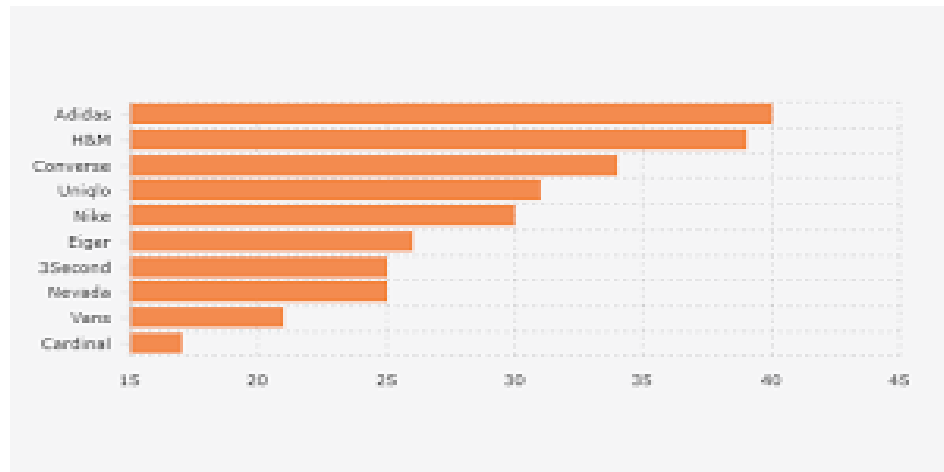
Seiring dengan perkembangannya, gaya hidup halal mencakup berbagai sektor industri. Beberapa di antaranya adalah makanan halal, fashion halal, perjalanan halal, kosmetik dan farmasi halal, media dan rekreasi halal, serta keuangan syariah. Keberagaman ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal tidak hanya terbatas pada satu aspek, melainkan meliputi berbagai bidang yang saling terkait.⁴ Konsumen yang menerapkan gaya hidup halal (*halal life style*) akan memperhatikan hal tersebut, mulai dari berpakaian, kosmetik, dan barang-barang

³ Nafisa Aninda dan Yan Yan Sunarya, "SIKLUS TREN FASHION DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS TREN BERKAIN DI INSTAGRAM REMAJA NUSANTARA)," Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain 6, no. 1 (5 Desember 2023): 1–20, <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.16961>.

⁴ Nadia Amalia dan Nurul Jannah, "ANALISIS TREND FASHION MUSLIM DALAM MENINGKATKAN HALAL LIFESTYLE DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MEDAN" 8, no. 3 (2023).

lainnya, apalagi generasi milenial. Berikut gambar grafik data terbaru dan terupdate tren *fashion* indonesia saat ini:

Tabel 1
Trend Fashion Indonesia



Sumber: <https://images.app.goo.gl/UaeCcPXCfKTfW8k36> (Data *trend fashion* terbaru).

Gaya hidup generasi milenial sangat terkait dengan perkembangan *fashion*. Hal ini mendorong individu untuk secara aktif mengikuti perubahan dalam tren mode. Dengan demikian, mereka berusaha untuk tetap terkini dan relevan dalam hal penampilan. Keterlibatan ini mencerminkan keinginan milenial untuk mengekspresikan diri melalui pilihan *fashion* yang sesuai dengan perkembangan zaman.⁵ Gaya hidup halal merujuk pada pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan pandangan mereka terhadap produk halal, baik dalam konteks budaya Muslim maupun non-

⁵ Alliza Nur Shadrina, Muhammad Anwar Fathoni, dan Tati Handayani, "PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB," *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1, no. 2 (8 Desember 2021), <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>.

Muslim. Penerapan gaya hidup ini memiliki signifikansi yang besar bagi seluruh umat Islam, karena memberikan panduan untuk menjalani kehidupan yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang benar dan adil. Istilah "halal" dalam bahasa Arab berasal dari penafsiran Al-Qur'an, yang berarti segala sesuatu yang diperbolehkan menurut syariat. Syariat itu sendiri berfungsi untuk menjelaskan dan mengatur perilaku manusia dalam aspek kehidupan pribadi maupun sosial.⁶ Umat Islam tidak diragukan lagi akan terus menggunakan produk halal, baik yang berasal dari bahan maupun proses produksinya. Apalagi sekarang informasi tentang pemahaman Islam lebih banyak tersedia melalui dakwah di media sosial.⁷ Bagi generasi milenial yang agamanya kuat, itu akan mempertimbangkan gaya hidupnya yang sesuai dengan prinsip Islam, begitupun sebaliknya, generasi milenial yang agamanya tidak kuat tidak akan mempertimbangkan gaya hidupnya yang sesuai dengan prinsip Islam.

Meski demikian, generasi milenial tidak hanya memperhatikan *halal style* saja akan tetapi juga memperhatikan, mempertimbangkan perkembangan model dan tren atau viralnya, karena hal itu juga dapat mempengaruhi gaya tarik generasi milenial dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup dapat dipahami sebagai sekumpulan sikap, kebiasaan, atau aset yang berkaitan dengan individu atau kelompok tertentu. Elemen-elemen ini memberikan karakteristik yang khas terhadap perilaku, aktivitas, dan kegiatan yang

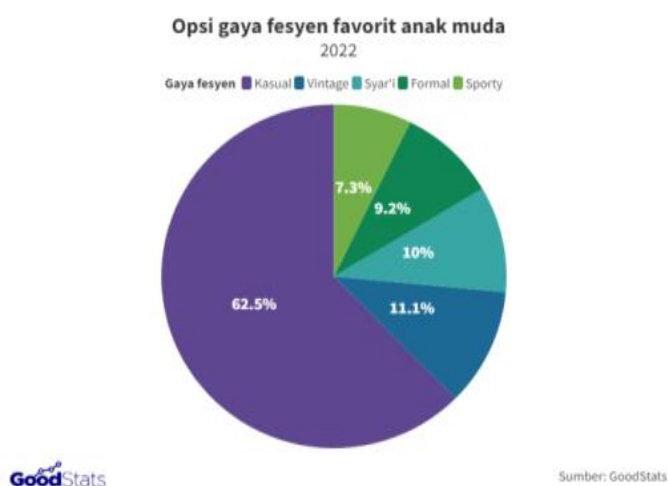
⁶ Nadia Nurul Izza, "Bibliometric Mapping of Halal Fashion Research Development With Scopus Index," *Journal of Islamic Economic Literatures* 3, no. 2 (8 November 2022), <https://doi.org/10.58968/jiel.v3i2.88>.

⁷ Gunawan Aji dan Naila Abidah, "REPRESENTASI GAYA HIDUP HALAL DALAM MEDIA SOSIAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL" 2, no. 2 (2023).

dilakukan. Dengan demikian, gaya hidup mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang dianut oleh individu atau kelompok tersebut, sehingga generasi milenial menentukan gaya hidupnya menyesuaikan tren atau viral saat ini.⁸

Berdasarkan hal tersebut, Gaya hidup dapat diartikan sebagai representasi cara individu atau kelompok dalam menjalani kehidupan mereka. Hal ini tercermin melalui tindakan, perilaku, serta nilai-nilai yang mereka anut. Dengan demikian, gaya hidup mencerminkan identitas dan prinsip-prinsip yang diyakini oleh individu atau kelompok tersebut. Oleh karena itu penting bagi mahasiswa dan produsen dalam memperhatikan fashion halal akan tetapi tetap trend atau viral. Adapun gambar grafik data tren *fashion* anak muda terbaru dan terupdate saat ini sebagai berikut.

Tabel 2
Trend Gaya Fashion Anak Muda



⁸ Ade Nur Rohim dan Prima Dwi Priyatno, "POLA KONSUMSI DALAM IMPLEMENTASI GAYA HIDUP HALAL CONSUMPTION PATTERNS IN THE IMPLEMENTATION OF HALAL LIFESTYLE" 4 (2021).

Sumber: <https://cdn.gnfi.net/goodstats/uploads/images/19/snapshot-1661150725594.png> (Data *trend fashion* anak muda)

Model gaya hidup yang tengah trending dapat memberikan ilustrasi tentang preferensi dan perilaku konsumen saat ini. Produsen yang memahami *trend-trend* ini dapat menyesuaikan strategi mereka agar lebih relevan dan efektif dalam menjangkau target mereka. Memahami perilaku konsumen berdasarkan gaya hidupnya membantu produsen dalam menciptakan strategi yang tepat. Produsen dapat menawarkan produk mereka dengan nilai-nilai dan minat yang relevan dengan gaya hidup mereka, sehingga meningkatkan daya tarik dan loyalitas konsumen untuk kemudian memilih gaya hidup yang sesuai dengan pola konsumsi keinginan generasi milenial.

Generasi milenial atau Mahasiswa menunjukkan variasi dalam pola konsumsi mereka. Perbedaan ini dapat diamati, bahkan, berdasarkan jurusan yang mereka pilih. Sebagai contoh, mahasiswa yang mengambil jurusan teknik atau kedokteran cenderung mengeluarkan lebih banyak biaya untuk pembelian alat praktikum dibandingkan dengan mahasiswa jurusan ekonomi atau sastra yang tidak terlibat dalam kegiatan praktikum. Selain itu, perbedaan pola konsumsi mahasiswa juga dipengaruhi oleh tempat tinggal. Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua biasanya memiliki pengeluaran untuk konsumsi

sehari-hari yang lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang tinggal sendiri, baik di indekos maupun di asrama⁹.

Meskipun demikian, berdasarkan observasi awal.¹⁰ Peneliti tidak jarang juga dijumpai mahasiswa fakultas keislaman yang memaksakan gaya hidup konsumtif terhadap pembelanjaan busana demi tujuan mengikuti trend milenial terkini, sehingga hal itu menjerumuskannya pada pola konsumsi yang hedonis. Ini menjadi gap antara kondisi idealnya sebagai mahasiswa fakultas keislaman. Hal ini, juga terjadi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada tahun 2021, bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dapat memberikan dampak negatif bagi mahasiswa. Dampak tersebut meliputi perilaku boros, munculnya tindakan yang tidak terpuji, berkembangnya sifat individualis, serta keterlibatan dalam utang. Tindakan-tindakan ini tidak dapat dibenarkan, karena perilaku konsumsi yang demikian akan merugikan baik diri sendiri maupun orang lain. Namun, situasi ini dapat dihindari jika individu menerapkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.¹¹

Dalam penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian tentang Trend Fashion dan Halalnya saja. Namun, penelitian tersebut hanya fokus meneliti tentang tren fashion atau halalnya saja. Maka penelitian ini memiliki

⁹ Alvina Putri Nabilah dkk., “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa,” *POPULIKA* 9, no. 2 (29 Juli 2021): 13–22, <https://doi.org/10.37631/populika.v9i2.388>.

¹⁰ *Mahasiswa Fakultas Keislaman*, 14 Oktober 2024.

¹¹ Rahayu Wardani, “PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM” (Ponorogo, Agustus 2021).

perbedaan atau kebaruan yaitu untuk menganalisis trend fashion dan fashion halal pada gaya hidup konsumsi di kalangan mahasiswa/i, khususnya di Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul. **“Analisis Tren Fashion Halal Pada Gaya Hidup Konsumsi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura”**, karena penelitian ini ingin mengungkap bagaimana trend fashion halal di kalangan mahasiswa berdampak dalam gaya hidup konsumsinya. Maka penelitian ini penting dan menarik.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Industri fashion yang mengalami peningkatan yang sangat tajam/berkembang dengan pesat.
2. Trend fashion halal di kalangan muslim/muslimah yang harus menutup aurat, seperti mahasiswa/i di fakultas keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
3. Banyaknya persaingan dalam dunia fashion, sehingga produsen sangat perlu dalam memprediksi tren *fashion* dan *fashion* halal untuk dua tahun kedepan bahkan sampai lima tahun kedepan.
4. Generasi milenial biasanya *up-to-date* terhadap *fashion*.

5. Adanya trend fashion halal memungkinkan berdampak pada pola konsumsi mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dalam kajian Ekonomi mikro islam.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini harus diuraikan dengan lugas untuk memastikan fokus dalam melaksanakan penelitian. Oleh karena itu, peneliti fokus dalam lingkup gaya hidup di saat perkuliahan mahasiswa fakultas keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

D. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tren *fashion* halal pada gaya hidup konsumsi mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?
2. Bagaimanakah pengaruh tren fashion halal terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui tren *fashion* halal pada gaya hidup konsumsi mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

- b. Untuk mengetahui pengaruh tren *fashion* halal terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

2. Kegunaan penelitian

a. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. pemaparan dan berkontribusi untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sumber informasi mengenai trend *fashion* halal bagi pembaca maupun masyarakat dan mahasiswa.

a. Secara praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi peneliti dan menjadi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, memberikan kontribusi positif, serta memperkaya khazanah literatur dalam penerapan, serta dapat menambah khasanah literatur dalam mengimplementasikan trend *fashion* halal bagi masyarakat maupun mahasiswa.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai acuan atau sumber referensi yang berguna dalam penyusunan penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang bisa menjadi pedoman dan acuan dalam penelitian ini, di antaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Najza sakinah, ddk, "*Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya*" (2022). Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif. Fokus utama dari penelitian ini adalah membahas tren fashion di kalangan mahasiswa-mahasiswi Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Dalam konteks ini, terdapat sejumlah mahasiswa UNESA yang menunjukkan. Bahwa yang mengikuti perkembangan trend fashion dari masa ke masa namun ada juga beberapa mahasiswa yang tidak terlalu sering mengikuti trend fashion. Beberapa alasan dituliskan dan disampaikan oleh mahasiswa/i apabila Mereka menunjukkan ketertarikan untuk mengikuti tren fashion yang sedang populer, yang didasari oleh beberapa alasan yang telah diungkapkan. Salah satu alasan utama yang disampaikan adalah perkembangan zaman yang pesat, yang mendorong responden untuk mengikuti tren yang ada. Penampilan menjadi prioritas bagi banyak individu, dan hal ini dianggap sangat penting. Baik perempuan maupun laki-laki, setiap orang ingin tampil sebaik mungkin dalam setiap aktivitas yang dijalani. Oleh karena itu, berpenampilan menarik menjadi aspek yang sangat krusial dalam menjalani kegiatan sehari-hari.¹² Hal ini terbukti

¹² Nazjar Sakinah dan Dimas Mega Nanda, "Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya," 2022.

ketika seseorang tidak mengikuti tren fashion, penampilan tidak menarik perhatian orang lain, sehingga penting bagi masyarakat/mahasiswa dalam memperhatikan tren fashion saat ini, supaya penampilan gaya hidup jadi lebih menarik dan lebih percaya diri dalam melakukan aktivitasnya. Dalam peneliti terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya penelitian oleh Najza Sakinah adalah sama-sama membahas Trend Fashion di kalangan mahasiswa/i. Namun untuk perbedaan penelitian oleh Najza Sakinah tersebut membahas satu aspek yaitu Trend Fashion, sedangkan penelitian ini membahas dua aspek yaitu Trend Fashion dan Fashion Halal pada gaya hidup konsumsi di kalangan mahasiswa/i.

2. Adapun penelitian sebelumnya tentang fashion halal sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan addin laila maharani, dkk, “*Analisis Preferensi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Fashion Halal*” (2023). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menganalisis tentang preferensi & persepsi konsumen terhadap fashion halal di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah. Hasil riset menunjukan, Bahwa belum sepenuhnya mahasiswa Ekonomi Syariah menerapkan prinsip Halal Fashion yang ada. Bahkan sebagian mahasiswa masih keliru akan tujuan dan arti dari halal fashion sendiri. Mahasiswa Ekonomi Syariah yang masih awam terhadap fashion halal akan sangat memperhatikan brand serta label dari fashion itu sendiri sehingga brand atau label halal juga sangat memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi dan persepsi terhadap fashion halal. Brand yang menjaga prinsip kehalalan dan

kualitas produknya merupakan salah satu ciri brand yang memiliki citra yang baik atau positif, serta akan lebih dipercaya dan dipilih ketika konsumen mencari fashion halal.¹³ Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya penelitian oleh Addin Laila Maharani adalah sama-sama membahas tentang fashion halal di kalangan Mahasiswa/i Ekonomi Syariah. Namun untuk perbedaan penelitian oleh Addin Laila Maharani tersebut membahas satu aspek yaitu Fashion Halal, sedangkan penelitian ini membahas dua aspek yaitu Trend Fashion dan Fashion Halal.

3. Skripsi yang ditulis oleh Rindang Berti Noviana, 2023 "*Pengaruh Trend dan Gaya Hidup Fashionable Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*". Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh tren dan gaya hidup fashionable terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo menunjukkan bahwa hasil penelitian ini adalah memiliki koefisien positif terhadap perilaku konsumtif.¹⁴ Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya penelitian oleh Rindang Berti Noviana yaitu sama-sama membahas tren dan gaya hidup. Namun penelitian oleh Rindang Berto

¹³ Wafa Wafiah dkk., "ANALISIS PREFERENSI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASHION HALAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH 2021-2023)," *Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 3 (31 Desember 2023): 149–54, <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i3.1010>.

¹⁴ Rindang Berti Noviana, skripsi "*PENGARUH TREND DAN GAYA HIDUP FASHIONABLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH IAIN PONOROGO*", (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2023).

Noviana tersebut membahas tren dan gaya hidup fashion yang berlebihan (berlebihan) di kalangan mahasiswa/i, sedangkan penelitian ini membahas trend fashion halal pada gaya hidup konsumsi di kalangan mahasiswa/i.

4. Jurnal yang dilakukan Melly Sitorus, Ani Faujiah, “*Peluang Industri Kreatif Fashion Halal Indonesia*” (2023). Dalam Penelitian ini mengadopsi metode eksploratif. Fokus utama dari penelitian ini adalah membahas tentang peluang industri fashion di indonesia. Bahwa hasil penelitian tersebut indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor fashion halal. Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya penelitian oleh Melly Sitorus, Ani Faujiah sama-sama membahas fashion halal. Namun penelitian oleh Melly Sitorus, Ani Faujiah tersebut membahas peluang fashion halal di indonesia, sedangkan penelitian ini membahas trend fashion halal pada gaya hidup konsumsi di kalangan mahasiswa/i.
5. Jurnal yang dilakukan oleh Alliza Nur Shadrina, dkk, “*Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab*”(2021). Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Trend Fashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. Bahwa hasil penelitian tersebut pengaruh variabel brand image (x3) terhadap variabel preferensi fashion hijab adalah positif.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami pembahasan skripsi ini, penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Bagian ini berfungsi sebagai pengantar untuk keseluruhan penulisan skripsi. Di dalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORITIK: Berisi penjelasan mengenai teori-teori yang bertujuan sebagai landasan pembahasan yang berkaitan dengan trend fashion, halal, trend fashion halal mahasiswa, dampak terhadap pola konsumsi .

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan tata cara penulis dalam melakukan penelitian. Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN: Bab ini menjelaskan paparan data yang ditemukan peneliti melalui analisis data dengan membandingkan suatu teori dengan teori lainnya. Yang mana hal ini akan berisi dengan bagaimana trend fashion dan fashion halal pada gaya hidup konsumsi mahasiswa.

BAB V PENUTUP: Bab ini merupakan jawaban yang sah kesimpulan dalam pokok permasalahan yang telah diterapkan dan dianalisis sebelumnya. Dalam bab ini juga disertakan saran yang bermanfaat untuk penelitian berikutnya.