

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Industri Ritel Fashion Hijab

*Akbar Farsal Zaenudin^a, Ramadhani Fauzi^a, Tegar Pernando Saragih^a, Icep Yoga Hermawan^a

^a Universitas Indonesia Membangun, Indonesia

*Email: akbar.farsal@student.inaba.ac.id

Received:	Revised:	Accepted:	Available Online:	Published:
12/01/2026	18/03/2026	20/05/2026	30/05/2026	30/05/2026

Abstract

This study aims to examine the effect of work motivation on employee performance in retail fashion hijab companies. The rapid growth of the hijab fashion retail industry requires organizations to not only focus on product innovation and marketing strategies but also on effective human resource management, particularly in motivating employees who interact directly with customers. This research employs a quantitative approach with a descriptive and correlational design. Data were collected from 50 full-time employees working in retail fashion hijab companies in Bandung City using a structured questionnaire. The data were analyzed using Pearson correlation and simple linear regression techniques. The results indicate a strong and positive relationship between work motivation and employee performance, with a correlation coefficient of 0.78. Furthermore, work motivation explains 61% of the variation in employee performance, demonstrating its dominant role in shaping productive work behavior. These findings suggest that employees with higher levels of motivation tend to exhibit better discipline, stronger commitment, and improved performance in achieving organizational goals. The study highlights the importance of implementing sustainable motivation strategies to enhance employee performance and strengthen organizational competitiveness in the retail fashion hijab industry.

Keywords: Work Motivation; Employee Performance; Retail Industry; Hijab Fashion; Human Resource Management.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Perkembangan pesat industri ritel fashion hijab menuntut perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada inovasi produk dan strategi pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, khususnya dalam memotivasi karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan korelasional. Data dikumpulkan dari 50 karyawan full-time yang bekerja pada perusahaan ritel fashion hijab di Kota Bandung melalui kuesioner terstruktur. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi Pearson dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara motivasi kerja dan kinerja karyawan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,78. Selain itu, motivasi kerja mampu menjelaskan sebesar 61% variasi kinerja karyawan, yang menunjukkan perannya sebagai faktor dominan dalam membentuk perilaku kerja yang produktif. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan motivasi kerja merupakan strategi penting dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan dan daya saing perusahaan ritel fashion hijab.

Kata Kunci: Motivasi Kerja; Kinerja Karyawan; Industri Ritel; Fashion Hijab; Manajemen Sumber Daya Manusia.



Copyrights © Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0). All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

PENDAHULUAN

Industri ritel fashion hijab di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penggunaan busana muslimah yang tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan nilai religius, tetapi juga sebagai bagian dari ekspresi identitas, gaya hidup, dan preferensi estetika masyarakat modern. Perkembangan ini ditopang oleh besarnya permintaan pasar domestik serta posisi strategis sektor fashion hijab sebagai salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi kreatif nasional yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Dinamika pasar yang terus berkembang tersebut mendorong perusahaan ritel fashion hijab untuk beroperasi dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif, di mana keberhasilan tidak lagi semata-mata ditentukan oleh keunggulan produk dan strategi pemasaran, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia secara efektif dan berkelanjutan.¹

Dalam konteks persaingan tersebut, peran karyawan menjadi semakin strategis, terutama bagi mereka yang berada pada lini terdepan dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Karyawan tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana tugas operasional, tetapi juga sebagai representasi nilai dan citra perusahaan di mata pelanggan. Kualitas interaksi yang dibangun oleh karyawan dengan konsumen berpengaruh langsung terhadap persepsi kualitas layanan, pencapaian target penjualan, serta pembentukan dan pemeliharaan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan ritel fashion hijab dalam mengelola dan mengoptimalkan potensi karyawan menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha dan memperkuat daya saing perusahaan di tengah dinamika industri yang terus berubah.²

Keberhasilan karyawan dalam menjalankan peran strategis tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang melekat pada individu, salah satunya adalah motivasi kerja. Motivasi kerja berfungsi sebagai kekuatan pendorong utama, baik yang bersumber dari dalam diri karyawan maupun yang terbentuk melalui lingkungan kerja dan kebijakan organisasi, yang secara langsung memengaruhi intensitas usaha, arah perilaku, serta tingkat ketekunan karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Karyawan dengan tingkat motivasi kerja yang tinggi cenderung memperlihatkan etos kerja yang lebih baik, kedisiplinan yang lebih konsisten, serta komitmen yang lebih kuat terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kondisi tersebut memungkinkan karyawan untuk bekerja secara lebih fokus, bertanggung jawab, dan adaptif dalam menghadapi tuntutan pekerjaan yang terus berubah.³

¹ Matius Sinurat, "Impact of the Fashion and Design Industry on Social Economic Development in Indonesia," *International Journal of Fashion and Design* 2, no. 1 (April 2023): 43–53, <https://doi.org/10.47604/ijfd.1906>; Agus Setiawan, Achmad Sunjayadi, and Yunadi Ramlan; Alwi Alatas (Corresponding Author), "From Alienation to Industrialization: Hijab Activism and the Transformation of Indonesian Urban Society from Late 1970s until Today," *Journal of Al-Tamaddun* 19, no. 2 (December 2024): 155–68, <https://doi.org/10.22452/JAT.vol19no2.11>.

² Silmi Izdihar and Siska Noviaristanti, "Analisis Faktor Penghambat Usaha Mikro Dan Kecil Pada Industri Fashion Hijab Di Kota Bandung," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 10 (October 2024), <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.4853>; Riski Rahman and Indra Indra, "The Influence of Halal Fashion, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z's Hijab Fashion Preferences in Indonesia," *Journal of Islamic Economics Lariba* 10, no. 1 (April 2024): 251–70, <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14>.

³ Mirza Putriningtyas, Mokhamad Natsir, and Bambang Supriadi, "Create Customer Satisfaction through E-Wom Case Study in the Sallyscarf Hijab Gallery, Banjarbaru City, Indonesia," *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management* 5, no. 6 (July 2022): 134–43,

Sebaliknya, rendahnya motivasi kerja berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan organisasi, mulai dari menurunnya produktivitas dan kualitas pelayanan kepada pelanggan, hingga berkurangnya keterlibatan kerja dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menghambat pencapaian target operasional serta melemahkan daya saing perusahaan. Dalam konteks industri ritel fashion hijab yang bersifat dinamis dan sarat dengan interaksi langsung antara karyawan dan konsumen, permasalahan motivasi kerja menjadi isu yang sangat krusial untuk mendapatkan perhatian manajerial. Tingginya intensitas interaksi dengan pelanggan menuntut karyawan untuk tidak hanya bekerja secara teknis, tetapi juga menampilkan sikap profesional, empatik, dan persuasif secara konsisten. Oleh karena itu, pengelolaan motivasi kerja yang efektif menjadi prasyarat penting bagi perusahaan ritel fashion hijab dalam menjaga keberlanjutan kinerja dan memperkuat daya saing di tengah persaingan industri yang semakin ketat.⁴

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi kerja dan kinerja karyawan, di mana peningkatan motivasi berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan hasil kerja individu maupun efektivitas kinerja organisasi secara keseluruhan. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa motivasi kerja merupakan salah satu faktor kunci dalam membentuk perilaku kerja yang produktif dan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi. Meskipun demikian, kajian empiris yang secara khusus mengangkat konteks perusahaan ritel fashion hijab masih relatif terbatas, terutama dalam melihat bagaimana karakteristik sektor ini memengaruhi dinamika hubungan antara motivasi kerja dan kinerja karyawan.⁵

Sektor ritel fashion hijab memiliki kekhasan yang membedakannya dari sektor ritel lainnya, baik dari sisi segmentasi pasar yang berbasis nilai dan identitas, pola interaksi dengan konsumen yang menuntut pendekatan persuasif dan empatik, maupun budaya kerja yang berkembang di dalam organisasi. Karakteristik tersebut menempatkan karyawan sebagai aktor utama yang tidak hanya menjalankan fungsi operasional, tetapi juga berperan dalam membangun pengalaman berbelanja dan citra perusahaan di mata konsumen. Keterbatasan penelitian yang secara spesifik mengkaji konteks ini menimbulkan kebutuhan akan kajian empiris yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana motivasi kerja berperan dalam membentuk kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab, sekaligus memberikan dasar empiris yang dapat digunakan sebagai rujukan dalam perumusan

<https://doi.org/10.36349/easjebm.2022.v05i06.004>; Munawaroh Munawaroh, Effy Zalfiana Rusfian, and Fibria Indriati, "The Nexus of Localism on Company Performance in the Modest Fashion Business in Indonesia," *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies* 8, no. 2 (April 2025): 3543–47, <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i2.6051>.

⁴ Fikri Farhan, Ika Indriani, and Adin Gustina, "Determinants of Fashion Consciousness in Indonesian Muslim Women's Hijab Consumption," *International Journal of Halal Industry* 1, no. 1 (April 2025): 21–32, <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art2>; Nela Rizlah, Atiyah Fitri, and Aslam Mei Nur Widigdo, "Factors Influencing Consumer Purchase Intention in Syar'i Hijabs: Insights in Indonesia's Halal Fashion Market," *International Journal of Marketing and Digital Creative* 3, no. 1 (March 2025): 34–53, <https://doi.org/10.31098/ijmadic.v3i1.3066>.

⁵ Nun Maziyyah, Mimma Maripatul Uula, and Aam Slamet Rusydiana, "Halal Fashion in Indonesia as A Business Industry," *Business and Sustainability* 2, no. 1 (December 2023), <https://doi.org/10.58968/bs.v2i1.322>; Candraswari Jauhar Malika, "A Comparative Analysis of Social Media Engagement of Brand Local Fashion in Indonesia," *International Journal of Science and Research Archive* 12, no. 1 (May 2024): 657–62, <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.0870>.

kebijakan dan strategi manajerial yang relevan dalam pengelolaan sumber daya manusia di sektor tersebut.⁶

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji secara empiris hubungan serta pengaruh motivasi kerja sebagai variabel independen terhadap kinerja karyawan sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti melakukan pengukuran variabel secara objektif melalui indikator yang terstruktur, sehingga hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara sistematis dan terukur. Desain penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan korelasional. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran faktual mengenai tingkat motivasi kerja dan kinerja karyawan sebagaimana terjadi pada konteks penelitian, sedangkan pendekatan korelasional digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan linier antara kedua variabel tersebut berdasarkan data empiris yang diperoleh. Melalui kombinasi kedua pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai peran motivasi kerja dalam membentuk kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab.⁷

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh karyawan full-time yang bekerja secara aktif pada perusahaan ritel fashion hijab yang beroperasi di Kota Bandung. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan akademik dan praktis bahwa Kota Bandung merupakan salah satu pusat perkembangan industri fashion dan ritel di Indonesia, termasuk ritel fashion hijab, sehingga merepresentasikan dinamika persaingan dan karakteristik operasional yang relevan dengan fokus penelitian. Sampel penelitian ditetapkan sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki keterlibatan langsung dalam aktivitas inti perusahaan, khususnya pada proses operasional dan penjualan yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Kriteria responden meliputi karyawan yang menempati posisi seperti sales associate dan store manager, yang secara fungsional berperan dalam pencapaian target penjualan dan kualitas layanan. Dengan demikian, data yang dikumpulkan diharapkan mampu merefleksikan kondisi kerja yang aktual serta memberikan gambaran empiris yang akurat mengenai hubungan antara motivasi kerja dan kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab.⁸

⁶ School of Business Management, Institut Teknologi Bandung et al., "Circular Business Strategy of Early Stage Fashion Brand in Indonesia," *International Journal of Current Science Research and Review* 06, no. 01 (January 2023), <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i1-55>; Lisa Nurani and Hendri Hermawan Adinugraha, "Consumer Preferences in the Selection of Muslim Fashion Products in Indonesia," *Journal of Islamic Economic and Business Research* 2, no. 2 (December 2022): 104–13, <https://doi.org/10.18196/jiebr.v2i2.26>.

⁷ Rahman and Indra, "The Influence of Halal Fashion, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z's Hijab Fashion Preferences in Indonesia."; Liza Novia Qulsum and Kadir Kadir, "The Influence of Intrinsic Motivation and Compensation on Employee Performance: Study at One of the Companies Operating in the Fashion Sector in Bandung City," *Electronic, Business, Management and Technology Journal* 2, no. 1 (June 2024): 43–55, <https://doi.org/10.55208/ebmtj.v2i1.146>; Auditya Purwandini Sutarto and Nailul Izzah, "Do Job Boredom and Distress Influence Self-Report Individual Work Performance? Case Study in an Indonesia Muslim Fashion Industry," *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 21, no. 1 (May 2022): 1–9, <https://doi.org/10.25077/josi.v21.n1.p1-9.2022>; Farhan, Ika Indriani, and Adin Gustina, "Determinants of Fashion Consciousness in Indonesian Muslim Women's Hijab Consumption."

⁸ Sinurat, "Impact of the Fashion and Design Industry on Social Economic Development in Indonesia."; Munawaroh, Rusfian, and Indriati, "The Nexus of Localism on Company Performance in the Modest Fashion Business in Indonesia."; Lia Fransisca and Danial Thaib, "The Influence of Customer Experience, Service Quality, and Customer Satisfaction on Parental Choice of Splus Education," *Journal of Management Economic and Financial* 3, no. 5 (September 2025): 304–19,

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan terstruktur yang berjumlah 15 item, yang dirancang untuk merepresentasikan indikator-indikator motivasi kerja dan kinerja karyawan sesuai dengan tujuan penelitian. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, yang memungkinkan responden mengekspresikan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan secara bertahap, mulai dari skor 1 yang menunjukkan ketidaksetujuan yang paling rendah hingga skor 5 yang menunjukkan tingkat persetujuan yang paling tinggi. Penggunaan skala Likert dipilih karena kemampuannya dalam menangkap variasi sikap dan persepsi responden secara kuantitatif. Sebelum instrumen digunakan dalam tahap analisis data, kuesioner terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat serta menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya.⁹

Data kuantitatif yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik untuk memastikan ketepatan dan keandalan hasil pengujian. Tahapan analisis data diawali dengan analisis Korelasi Pearson yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antara motivasi kerja dan kinerja karyawan secara linier. Analisis ini memberikan gambaran awal mengenai sejauh mana perubahan pada variabel motivasi kerja berkaitan dengan perubahan pada kinerja karyawan. Selanjutnya, untuk menguji pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan secara lebih mendalam, digunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen serta menentukan besarnya kontribusi motivasi kerja dalam menjelaskan variasi kinerja karyawan. Hasil dari keseluruhan proses analisis tersebut dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian dan penyusunan implikasi manajerial yang relevan bagi pengelolaan sumber daya manusia pada perusahaan ritel fashion hijab.¹⁰

<https://doi.org/10.46799/jmef.v3i5.153>; Putriningtyas, Natsir, and Supriadi, "Create Customer Satisfaction through E-Wom Case Study in the Sallyscarf Hijab Gallery, Banjarbaru City, Indonesia."

⁹ Djadjat Suswanto, "Exploring Achievement Motivation on Employee Competency: Study at Health Service Institutions in Bandung, Indonesia.," *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 19, no. 1 (June 2025): 56–67, <https://doi.org/10.55208/jhcbjp76>; Rizlah, Fitri, and Widigdo, "Factors Influencing Consumer Purchase Intention in Syar'i Hijabs.,"; Fersi Tase and Unggul Kustiawan, "The Impact of Job Insecurity on Intrinsic Motivation, Anxiety, Depression, and Job Performance of Information Technology Company Employees in Indonesia.," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 2, no. 1 (January 2023): 345–56, <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i1.2795>; Syifaa Lathiifa and Chaerudin Chaerudin, "The Influence of Organizational Culture, Work Environment on Employee Performance with Work Motivation as an Intervening Variable (Case Study: Online Retail XYZ Jakarta).," *International Journal of Management and Business Applied* 1, no. 2 (September 2022): 68–85, <https://doi.org/10.54099/ijmba.v1i2.266>.

¹⁰ Qulsum and Kadir, "The Influence of Intrinsic Motivation and Compensation on Employee Performance.,"; Rahman and Indra, "The Influence of Halal Fashion, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z's Hijab Fashion Preferences in Indonesia.,"; Hasandra Wulan Dewi, Ivone Harjoko, and Rino Febrianno Boer, "From Trend to Choices: Cognitive Dissonance and Fast-Fashion Consumption Among Indonesian Influencers," *Ilomata International Journal of Social Science* 4, no. 4 (January 2024): 775–86, <https://doi.org/10.52728/ijss.v4i4.1051>; Saima Zaib Durrani, Mushtaque Ali Jhariko, and Tania Mushtaque, "Employee Empowerment and Its Effects on Job Satisfaction-A Case Study of KHAADI, Karachi, Pakistan.," *Inverge Journal of Social Sciences* 4, no. 4 (November 2025): 254–68, <https://doi.org/10.63544/ijss.v4i4.194>.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Statistik Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Kategori Analisis	Parameter Statistik	Nilai Hasil	Interpretasi
Hubungan Variabel	Korelasi Pearson (r)	0,78	Hubungan positif sangat kuat antara motivasi kerja dan kinerja karyawan
Daya Jelaskan Model	Koefisien Determinasi (R^2)	0,61 (61%)	Motivasi kerja menjelaskan 61% variasi kinerja karyawan
Faktor di Luar Model	Variabel non-model	39%	Dipengaruhi faktor lain seperti lingkungan kerja, kepemimpinan, kompensasi, dan pelatihan
Uji Signifikansi	Regresi linier sederhana	Signifikan	Model penelitian layak dan valid secara statistik

Hasil analisis statistik terhadap data penelitian yang diperoleh dari 50 responden menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara motivasi kerja dan kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Ringkasan hasil analisis statistik disajikan pada Tabel 1, yang memperlihatkan nilai koefisien Korelasi Pearson sebesar 0,78. Nilai koefisien ini berada pada kategori hubungan sangat kuat dan bersifat positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan tingkat motivasi kerja karyawan cenderung diikuti oleh peningkatan kinerja yang dihasilkan. Temuan ini memberikan bukti empiris yang jelas bahwa motivasi kerja memiliki keterkaitan yang erat dengan perilaku kerja karyawan, khususnya dalam menjalankan tugas-tugas operasional sehari-hari di lingkungan perusahaan ritel fashion hijab yang dinamis dan kompetitif.

Pengujian pengaruh antara variabel motivasi kerja dan kinerja karyawan selanjutnya dilakukan melalui analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik, sehingga layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,61 menunjukkan bahwa sebesar 61% variasi dalam kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel motivasi kerja. Nilai ini mengindikasikan bahwa motivasi kerja merupakan faktor yang memiliki kontribusi dominan dalam menentukan tingkat kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Dengan demikian, perubahan pada tingkat motivasi kerja memberikan pengaruh yang substansial terhadap perubahan kinerja karyawan secara keseluruhan, baik dalam aspek kuantitas maupun kualitas hasil kerja.

Meskipun motivasi kerja terbukti memiliki peran yang signifikan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kinerja karyawan tidak sepenuhnya ditentukan oleh motivasi kerja semata. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, masih terdapat sebesar 39% variasi kinerja karyawan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup kondisi lingkungan kerja, gaya kepemimpinan manajerial, sistem kompensasi dan penghargaan yang diterapkan perusahaan, serta

ketersediaan program pelatihan dan pengembangan karyawan. Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan merupakan fenomena yang bersifat multidimensional dan terbentuk melalui interaksi berbagai aspek organisasi, meskipun motivasi kerja tetap menjadi determinan utama dalam konteks penelitian ini.

Selain hasil analisis inferensial, hasil pengamatan deskriptif terhadap respons responden juga memberikan gambaran yang konsisten dengan temuan statistik. Karyawan dengan tingkat motivasi kerja yang lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku kerja yang lebih optimal dalam berbagai indikator kinerja. Indikator-indikator tersebut meliputi tingkat kedisiplinan dalam mematuhi jam kerja dan prosedur operasional standar, kemampuan menyelesaikan tugas secara tepat waktu, serta sikap proaktif dan antusias dalam melayani pelanggan. Pola respons ini menunjukkan bahwa motivasi kerja tidak hanya berpengaruh terhadap pencapaian hasil kerja secara kuantitatif, tetapi juga berkaitan dengan kualitas sikap dan perilaku kerja karyawan. Temuan deskriptif ini memberikan dukungan empiris tambahan terhadap hasil analisis statistik dan memperkuat kesimpulan bahwa motivasi kerja berperan penting dalam membentuk kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki hubungan yang sangat kuat dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi kerja tidak dapat dipandang sekadar sebagai faktor pendukung yang bersifat pelengkap, melainkan sebagai determinan utama yang secara langsung membentuk kualitas, intensitas, dan konsistensi kinerja karyawan. Dalam konteks ritel fashion hijab, di mana keberhasilan operasional sangat bergantung pada interaksi langsung antara karyawan dan konsumen, tingkat motivasi kerja karyawan menjadi faktor kunci yang memengaruhi bagaimana layanan diberikan, bagaimana produk dipresentasikan, serta bagaimana hubungan jangka panjang dengan pelanggan dibangun. Karyawan yang termotivasi cenderung menunjukkan keterlibatan kerja yang lebih tinggi, kesediaan untuk memberikan upaya ekstra, serta kemampuan untuk mempertahankan kualitas pelayanan dalam situasi kerja yang dinamis dan penuh tekanan.¹¹

Lebih lanjut, temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi kerja berperan sebagai penggerak internal yang mendorong karyawan untuk tidak hanya memenuhi standar kerja minimal, tetapi juga untuk mencapai kinerja yang melampaui ekspektasi organisasi. Dalam lingkungan ritel fashion hijab yang kompetitif, karyawan dihadapkan pada tuntutan untuk memahami preferensi konsumen yang beragam, merespons kebutuhan pelanggan secara cepat, serta menjaga sikap profesional dan empatik dalam setiap interaksi. Kondisi tersebut menuntut tingkat energi psikologis dan komitmen kerja yang tinggi, yang hanya dapat dipertahankan secara berkelanjutan apabila karyawan memiliki motivasi kerja yang kuat. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan penegasan bahwa upaya peningkatan kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab perlu diarahkan pada pengelolaan motivasi kerja secara strategis dan berkelanjutan, karena

¹¹ Qulsum and Kadir, "The Influence of Intrinsic Motivation and Compensation on Employee Performance."; Moch Yusuf Sunaryo, Widia Astuti, and Asridah Warni Tanjung, "The Effect of Teamwork and Motivation on Employee Work Performance of PT Krisbow Indonesia," *International Journal of Applied and Scientific Research* 3, no. 7 (July 2025): 533–42, <https://doi.org/10.59890/ijasr.v3i7.49>.

motivasi terbukti memiliki peran sentral dalam membentuk kinerja yang efektif dan berkualitas.¹²

Nilai koefisien determinasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa motivasi kerja mampu menjelaskan sebagian besar variasi kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Temuan ini menguatkan perspektif dalam manajemen sumber daya manusia yang menempatkan motivasi sebagai penggerak utama perilaku kerja individu dalam organisasi. Motivasi kerja berperan sebagai mekanisme psikologis yang mendorong karyawan untuk mengarahkan kemampuan dan energinya secara optimal dalam menyelesaikan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Karyawan dengan tingkat motivasi yang tinggi cenderung memiliki komitmen kerja yang lebih kuat, kedisiplinan yang lebih konsisten, serta kesediaan untuk mengarahkan usaha yang berkelanjutan, bahkan dalam situasi kerja yang menuntut ketahanan fisik dan emosional.¹³

Dalam praktik operasional perusahaan ritel fashion hijab, kondisi tersebut tercermin secara nyata dalam berbagai aspek kinerja karyawan. Karyawan yang termotivasi umumnya mampu memberikan pelayanan dengan lebih cepat dan tepat, menyesuaikan pendekatan layanan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan konsumen, serta menunjukkan kesiapan yang lebih baik dalam merespons perubahan situasi di lapangan. Selain itu, motivasi kerja yang tinggi juga mendorong karyawan untuk lebih fokus pada pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan, tanpa mengabaikan kualitas interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa motivasi kerja tidak hanya memengaruhi hasil kerja secara kuantitatif, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan efektivitas kerja secara keseluruhan dalam konteks industri ritel fashion hijab.¹⁴

Temuan penelitian ini sejalan dengan berbagai hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga memperkuat konsensus dalam kajian manajemen sumber daya manusia mengenai pentingnya peran motivasi sebagai penggerak perilaku kerja. Konsistensi hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi dan kinerja bersifat relatif stabil lintas konteks organisasi dan sektor industri. Namun demikian, penelitian ini memberikan nilai tambah yang penting dengan menghadirkan konteks perusahaan ritel fashion hijab, yang memiliki karakteristik operasional dan sosial yang berbeda dibandingkan dengan sektor ritel pada umumnya. Perbedaan tersebut terletak pada tingginya intensitas interaksi interpersonal antara karyawan dan konsumen, kebutuhan

¹² Tri Amindrawati, Tri Bodroastuti, and Retno Ginanjar, "Work Motivation and Compensation on Employee Performance," *Philanthropy: Journal of Psychology* 9, no. 1 (June 2025): 74–87, <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v9i1.10761>; Nenti Apriyani, Rama Chandra Jaya, and Kartika Nuradina, "The Impact That Work Environment, Work Motivation, And Work Discipline Have on The Performance of Hammer Strong Bandung Employees," *Journal of Business and Management Inaba* 2, no. 02 (December 2023): 111–30, <https://doi.org/10.56956/jbmi.v2i02.252>.

¹³ Didi Sunardi and Ade Tuti Awaliah, "The Influence of Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance," *Golden Ratio of Data in Summary* 5, no. 3 (May 2025): 454–67, <https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1218>; Samuel Ferdianto and Rina Anindita, "Reinforcing Learning Organization by Self-Directed Learning through Massive Open Online Courses: A Lesson Learned from Covid-19 Pandemic," *Cogent Business & Management* 10, no. 2 (December 2023): 2213968, <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2213968>.

¹⁴ Wulan Dewi, Harjoko, and Febrianno Boer, "From Trend to Choices."; Angelo Basario Marhaenis, "ANTECEDENTS OF WORK PERFORMANCE IN THE INDUSTRY AND ORGANIZATIONS REALM IN INDONESIA," *JOURNAL OF HUMANITIES SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)* 3, no. 4 (July 2024): 846–56, <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i4.1191>.

akan pemahaman produk yang tidak hanya bersifat fungsional tetapi juga simbolik dan kultural, serta tuntutan untuk menyampaikan layanan yang tidak sekadar efisien, tetapi juga empatik dan persuasive.¹⁵

Dalam konteks tersebut, motivasi kerja menjadi faktor yang semakin krusial karena karyawan tidak hanya dituntut untuk menjalankan tugas teknis, tetapi juga untuk membangun hubungan emosional dengan pelanggan dan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi cenderung lebih mampu mengelola tuntutan tersebut dengan sikap yang profesional, ramah, dan adaptif terhadap preferensi konsumen yang beragam. Dengan demikian, temuan penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga memperluas pemahaman mengenai bagaimana motivasi kerja berperan dalam membentuk kinerja karyawan pada sektor ritel fashion hijab yang memiliki dinamika interaksi dan ekspektasi layanan yang khas.¹⁶

Meskipun motivasi kerja terbukti sebagai faktor dominan dalam memengaruhi kinerja karyawan, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kinerja karyawan tidak sepenuhnya ditentukan oleh motivasi semata. Masih terdapat proporsi variasi kinerja yang dipengaruhi oleh berbagai faktor organisasi lainnya, yang berinteraksi secara kompleks dalam membentuk perilaku dan hasil kerja karyawan. Faktor-faktor tersebut meliputi kondisi lingkungan kerja, gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh manajemen, sistem kompensasi dan penghargaan, serta ketersediaan kesempatan pengembangan dan peningkatan kompetensi karyawan. Keberadaan faktor-faktor ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan merupakan hasil dari kombinasi antara dorongan internal individu dan dukungan struktural yang disediakan oleh organisasi.¹⁷

Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan kinerja karyawan memerlukan pendekatan manajerial yang bersifat holistik dan terintegrasi. Strategi peningkatan motivasi kerja perlu diiringi dengan penciptaan lingkungan kerja yang kondusif, aman, dan mendukung, sehingga karyawan merasa dihargai dan memiliki ruang untuk berkembang. Selain itu, gaya kepemimpinan yang partisipatif dan komunikatif, sistem kompensasi yang adil dan transparan, serta penyediaan peluang pengembangan karier yang jelas dapat memperkuat dampak positif motivasi kerja terhadap kinerja. Dalam konteks perusahaan ritel fashion hijab yang dihadapkan pada dinamika persaingan dan tuntutan pelayanan yang tinggi, sinergi antara motivasi individu dan sistem manajemen yang suportif menjadi kunci dalam membangun kinerja karyawan yang berkelanjutan dan berorientasi pada kualitas.¹⁸

¹⁵ Farhan, Ika Indriani, and Adin Gustina, "Determinants of Fashion Consciousness in Indonesian Muslim Women's Hijab Consumption."

¹⁶ Nur Kholifah et al., "Ecoprint Hijab-Making Training for Community Empowerment in Kampung Emas Sayegan," *Community and Interculturality in Dialogue* 5 (September 2025): 161, <https://doi.org/10.56294/cid2025161>; Master of Business Administration, Institut Teknologi Bandung et al., "Proposed Omnichannel Strategy to Increase Sales Revenue in a Fashion Retail Company (Case: La Omvi)," *International Journal of Current Science Research and Review* 06, no. 06 (June 2023), <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i6-63>.

¹⁷ Lathiifa and Chaerudin, "The Influence of Organizational Culture, Work Environment on Employee Performance with Work Motivation as an Intervening Variable (Case Study.," Fersi Tase and Unggul Kustiawan, "The Impact of Job Insecurity on Intrinsic Motivation, Anxiety, Depression, and Job Performance of Information Technology Company Employees in Indonesia."

¹⁸ Nurul Ismi et al., "THE INFLUENCE OF STRESS EFFECTS AND JOB SATISFACTION ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK, PANAKKUKANG MAKASSAR BRANCH," *JOURNAL OF HUMANITIES SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)* 3, no. 1 (September 2023): 78–86, <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i1.815>; Nabila Apriliani and Aulia

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi yang signifikan bagi manajemen perusahaan ritel fashion hijab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pengelolaan sumber daya manusia. Upaya peningkatan kinerja karyawan tidak cukup dilakukan melalui penetapan target kerja dan mekanisme pengawasan semata, melainkan perlu diarahkan pada pengelolaan motivasi kerja secara terencana dan berkelanjutan. Motivasi kerja yang dikelola dengan baik memungkinkan karyawan untuk memahami makna dari peran dan kontribusinya dalam organisasi, sehingga mendorong keterlibatan kerja yang lebih tinggi dan rasa memiliki terhadap tujuan perusahaan. Dalam konteks ini, strategi manajerial seperti pemberian penghargaan atas pencapaian kinerja, pengakuan terhadap kontribusi individu, serta penerapan sistem penilaian kinerja yang transparan dan adil dapat berfungsi sebagai instrumen yang efektif untuk memperkuat motivasi kerja.¹⁹

Selain itu, penyediaan peluang pengembangan diri dan jalur karier yang jelas juga memiliki peran penting dalam menjaga motivasi kerja karyawan, terutama dalam industri ritel fashion hijab yang menuntut adaptasi berkelanjutan terhadap tren pasar dan preferensi konsumen. Program pelatihan yang relevan, kesempatan untuk meningkatkan kompetensi, serta dukungan manajerial dalam pengembangan potensi individu dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendorong pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan demikian, motivasi kerja tidak hanya berfungsi sebagai pendorong kinerja individu dalam jangka pendek, tetapi juga sebagai fondasi strategis bagi keberlangsungan organisasi dan peningkatan daya saing perusahaan dalam menghadapi dinamika dan intensitas persaingan di industri ritel fashion hijab.²⁰

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada perusahaan ritel fashion hijab. Temuan empiris menunjukkan bahwa motivasi kerja mampu menjelaskan sebagian besar variasi kinerja karyawan, yang menegaskan posisinya sebagai faktor penentu utama dalam membentuk perilaku kerja yang produktif, disiplin, dan berorientasi pada pencapaian target organisasi. Karyawan dengan tingkat motivasi kerja yang tinggi cenderung menunjukkan tanggung jawab yang lebih besar dalam menjalankan tugas operasional, keterlibatan kerja yang lebih kuat, serta sikap proaktif dan responsif dalam melayani pelanggan. Kondisi ini berimplikasi langsung pada peningkatan kualitas layanan, efektivitas pencapaian target penjualan, serta keberlanjutan kinerja perusahaan dalam menghadapi dinamika persaingan industri ritel fashion hijab. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengelolaan motivasi kerja secara sistematis dan berkelanjutan bukan sekadar strategi pendukung, melainkan merupakan elemen strategis dalam manajemen sumber daya manusia yang berperan penting dalam memperkuat daya saing dan kinerja organisasi. Meskipun demikian, kinerja karyawan tidak sepenuhnya ditentukan oleh motivasi kerja semata, karena masih terdapat faktor-faktor organisasi lain

Keiko Hubbansyah, "THE ROLE OF COMPENSATION AND WORK MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW ON COMPANIES IN INDONESIA," *INQUISITIVE: International Journal of Economic* 4, no. 2 (June 2024): 83–93, <https://doi.org/10.35814/inquisitive.v4i2.6901>.

¹⁹ Marhaenis, "ANTECEDENTS OF WORK PERFORMANCE IN THE INDUSTRY AND ORGANIZATIONS REALM IN INDONESIA."; Qulsum and Kadir, "The Influence of Intrinsic Motivation and Compensation on Employee Performance."

²⁰ Amindrawati, Bodroastuti, and Ginanjar, "Work Motivation and Compensation on Employee Performance."; Moch Yusuf Sunaryo, Widia Astuti, and Asridah Warni Tanjung, "The Effect of Teamwork and Motivation on Employee Work Performance of PT Krisbow Indonesia."

yang turut memengaruhinya, seperti lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, sistem kompensasi, dan peluang pengembangan karyawan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan variabel-variabel tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan holistik mengenai determinan kinerja karyawan, khususnya dalam konteks industri ritel fashion hijab yang memiliki karakteristik dan tantangan yang khas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amindrawati, Tri, Tri Bodroastuti, and Retno Ginanjar. "Work Motivation and Compensation on Employee Performance." *Philanthropy: Journal of Psychology* 9, no. 1 (June 2025): 74–87. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v9i1.10761>.
- Apriyani, Nenti, Rama Chandra Jaya, and Kartika Nuradina. "The Impact That Work Environment, Work Motivation, And Work Discipline Have on The Performance of Hammer Strong Bandung Employees." *Journal of Business and Management Inaba* 2, no. 02 (December 2023): 111–30. <https://doi.org/10.56956/jbmi.v2i02.252>.
- Candraswari Jauhar Malika. "A Comparative Analysis of Social Media Engagement of Brand Local Fashion in Indonesia." *International Journal of Science and Research Archive* 12, no. 1 (May 2024): 657–62. <https://doi.org/10.30574/ijstra.2024.12.1.0870>.
- Durrani, Saima Zaib, Mushtaque Ali Jhariko, and Tania Mushtaque. "Employee Empowerment and Its Effects on Job Satisfaction-A Case Study of KHAADI, Karachi, Pakistan." *Inverge Journal of Social Sciences* 4, no. 4 (November 2025): 254–68. <https://doi.org/10.63544/ijss.v4i4.194>.
- Farhan, Fikri, Ika Indriani, and Adin Gustina. "Determinants of Fashion Consciousness in Indonesian Muslim Women's Hijab Consumption." *International Journal of Halal Industry* 1, no. 1 (April 2025): 21–32. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art2>.
- Ferdianto, Samuel, and Rina Anindita. "Reinforcing Learning Organization by Self-Directed Learning through Massive Open Online Courses: A Lesson Learned from Covid-19 Pandemic." *Cogent Business & Management* 10, no. 2 (December 2023): 2213968. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2213968>.
- Fersi Tase and Unggul Kustiawan. "The Impact of Job Insecurity on Intrinsic Motivation, Anxiety, Depression, and Job Performance of Information Technology Company Employees in Indonesia." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 2, no. 1 (January 2023): 345–56. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i1.2795>.
- Fransisca, Lia, and Danial Thaib. "The Influence of Customer Experience, Service Quality, and Customer Satisfaction on Parental Choice of Splus Education." *Journal of Management Economic and Financial* 3, no. 5 (September 2025): 304–19. <https://doi.org/10.46799/jmef.v3i5.153>.
- Ismi, Nurul, Muh Ichwan Musa, Tenri S. P. Diploatmojo, Amiruddin Tawe, and Ikhwan Maulana Haeruddin. "THE INFLUENCE OF STRESS EFFECTS AND JOB SATISFACTION ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK, PANAKKUKANG MAKASSAR BRANCH." *JOURNAL OF HUMANITIES SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)* 3, no. 1 (September 2023): 78–86. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i1.815>.

- Kholifah, Nur, Triyanto Triyanto, Resi Sepsilia Elvera, Fitria Oktariani, and Desnanda Putri Sagita. "Ecoprint Hijab-Making Training for Community Empowerment in Kampung Emas Sayegan." *Community and Interculturality in Dialogue* 5 (September 2025): 161. <https://doi.org/10.56294/cid2025161>.
- Lathiifa, Syifaa, and Chaerudin Chaerudin. "The Influence of Organizational Culture, Work Environment on Employee Performance with Work Motivation as an Intervening Variable (Case Study: Online Retail XYZ Jakarta)." *International Journal of Management and Business Applied* 1, no. 2 (September 2022): 68–85. <https://doi.org/10.54099/ijmba.v1i2.266>.
- Marhaenis, Angelo Basario. "ANTECEDENTS OF WORK PERFORMANCE IN THE INDUSTRY AND ORGANIZATIONS REALM IN INDONESIA." *JOURNAL OF HUMANITIES SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)* 3, no. 4 (July 2024): 846–56. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v3i4.1191>.
- Master of Business Administration, Institut Teknologi Bandung, Alviani Razak Gunawan, Sudrajati Ratnaningtyas, Master of Business Administration, Institut Teknologi Bandung, Satya Aditya Wibowo, and Master of Business Administration, Institut Teknologi Bandung. "Proposed Omnichannel Strategy to Increase Sales Revenue in a Fashion Retail Company (Case: La Omvi)." *International Journal of Current Science Research and Review* 06, no. 06 (June 2023). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i6-63>.
- Maziyyah, Nun, Mimma Maripatul Uula, and Aam Slamet Rusydiana. "Halal Fashion in Indonesia as A Business Industry." *Business and Sustainability* 2, no. 1 (December 2023). <https://doi.org/10.58968/bs.v2i1.322>.
- Moch Yusuf Sunaryo, Widia Astuti, and Asridah Warni Tanjung. "The Effect of Teamwork and Motivation on Employee Work Performance of PT Krisbow Indonesia." *International Journal of Applied and Scientific Research* 3, no. 7 (July 2025): 533–42. <https://doi.org/10.59890/ijasr.v3i7.49>.
- Munawaroh, Munawaroh, Effy Zalfiana Rusfian, and Fibria Indriati. "The Nexus of Localism on Company Performance in the Modest Fashion Business in Indonesia." *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies* 8, no. 2 (April 2025): 3543–47. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i2.6051>.
- Nabila Apriliani, and Aulia Keiko Hubbansyah. "THE ROLE OF COMPENSATION AND WORK MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW ON COMPANIES IN INDONESIA." *INQUISITIVE : International Journal of Economic* 4, no. 2 (June 2024): 83–93. <https://doi.org/10.35814/inquisitive.v4i2.6901>.
- Nurani, Lisa, and Hendri Hermawan Adinugraha. "Consumer Preferences in the Selection of Muslim Fashion Products in Indonesia." *Journal of Islamic Economic and Business Research* 2, no. 2 (December 2022): 104–13. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v2i2.26>.
- Putriningtyas, Mirza, Mokhammad Natsir, and Bambang Supriadi. "Create Customer Satisfaction through E-Wom Case Study in the Sallyscarf Hijab Gallery, Banjarbaru City, Indonesia." *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management* 5, no. 6 (July 2022): 134–43. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2022.v05i06.004>.
- Qulsum, Liza Novia, and Kadir Kadir. "The Influence of Intrinsic Motivation and Compensation on Employee Performance: Study at One of the Companies Operating in the Fashion Sector in Bandung City." *Electronic, Business,*

- Management and Technology Journal* 2, no. 1 (June 2024): 43–55. <https://doi.org/10.55208/ebmtj.v2i1.146>.
- Rahman, Riski, and Indra Indra. “The Influence of Halal Fashion, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z’s Hijab Fashion Preferences in Indonesia.” *Journal of Islamic Economics Lariba* 10, no. 1 (April 2024): 251–70. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14>.
- Rizlah, Nela, Atiyah Fitri, and Aslam Mei Nur Widigdo. “Factors Influencing Consumer Purchase Intention in Syar’i Hijabs: Insights in Indonesia’s Halal Fashion Market.” *International Journal of Marketing and Digital Creative* 3, no. 1 (March 2025): 34–53. <https://doi.org/10.31098/ijmadic.v3i1.3066>.
- School of Business Management, Institut Teknologi Bandung, Raja Aksana Alrando, Isti Raafaldini Mirzanti, and School of Business Management, Institut Teknologi Bandung. “Circular Business Strategy of Early Stage Fashion Brand in Indonesia.” *International Journal of Current Science Research and Review* 06, no. 01 (January 2023). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i1-55>.
- Setiawan, Agus, Achmad Sunjayadi, and Yunadi Ramlan; Alwi Alatas (Corresponding Author). “From Alienation to Industrialization: Hijab Activism and the Transformation of Indonesian Urban Society from Late 1970s until Today.” *Journal of Al-Tamaddun* 19, no. 2 (December 2024): 155–68. <https://doi.org/10.22452/JAT.vol19no2.11>.
- Silmi Izdiyar and Siska Noviaristanti. “Analisis Faktor Penghambat Usaha Mikro Dan Kecil Pada Industri Fashion Hijab Di Kota Bandung.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 10 (October 2024). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.4853>.
- Sinurat, Matius. “Impact of the Fashion and Design Industry on Social Economic Development in Indonesia.” *International Journal of Fashion and Design* 2, no. 1 (April 2023): 43–53. <https://doi.org/10.47604/ijfd.1906>.
- Sunardi, Didi, and Ade Tuti Awaliah. “The Influence of Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance.” *Golden Ratio of Data in Summary* 5, no. 3 (May 2025): 454–67. <https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1218>.
- Suswanto, Djadjat. “Exploring Achievement Motivation on Employee Competency: Study at Health Service Institutions in Bandung, Indonesia.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 19, no. 1 (June 2025): 56–67. <https://doi.org/10.55208/jhcbjp76>.
- Sutarto, Auditya Purwandini, and Nailul Izzah. “Do Job Boredom and Distress Influence Self-Report Individual Work Performance? Case Study in an Indonesia Muslim Fashion Industry.” *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 21, no. 1 (May 2022): 1–9. <https://doi.org/10.25077/josi.v21.n1.p1-9.2022>.
- Wulan Dewi, Hasandra, Ivone Harjoko, and Rino Febrianno Boer. “From Trend to Choices: Cognitive Dissonance and Fast-Fashion Consumption Among Indonesian Influencers.” *Ilomata International Journal of Social Science* 4, no. 4 (January 2024): 775–86. <https://doi.org/10.52728/ijss.v4i4.1051>.