

## **SKRIPSI**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF UNTUK PRODUK  
*FASHION* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH  
(STUDI TERHADAP MAHASISWA EKONOMI  
SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY)**



**Disusun Oleh:**

**HANIPAH  
NIM. 160602107**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1441 H/2020 M**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Hanipah  
NIM : 160602107  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 16 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Hanipah

## **PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

### **Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk *Fashion* Dalam Perfekstif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)**

Disusun Oleh:

Hanipah

NIM. 160602107

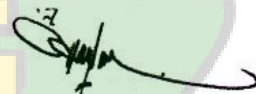
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan  
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian Program Studi  
Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II,



Safarul Aufa, SE., M.Si  
NIDN. 2012108203

Menghetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## **PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap  
Perilaku Konsumtif untuk Produk *Fashion* dalam Perfekstif  
Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi  
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)**

Hanipah

NIM. 160602107

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam  
bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Kamis, 16 Juli 2020 M

25 Dzulqa'idah 1441 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Dr. Nilam Sari, M. Ag

Safarull Aulfa SE., M. Si

NIP. 197103172008012007

NIDN. 1318128701

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Hamdi Harmen, SE, MM

Winny Dian Safitri, S. Si., M.Si

NIP. 196911082002121002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M.Ag.

NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hanipah  
NIM : 160602107  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : hanifahlubis98@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 16 Juli 2020

Mengetahui

Penulis

Hanipah

Pembimbing I

Dr. Nilam Sari, M. Ag  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Safarul Aufa, SE, M.Si  
NIDN. 2012108203



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Sekarang Allah telah meringankan kepadamu dan dia telah mengetahui bahwa padamu ada kelemahan. Maka jika ada diantaramu seratus orang yang sabar, niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ratus orang kafir, dan jika diantaramu ada seribu orang (yang sabar), niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ribu orang, dengan seizin Allah. Dan Allah beserta orang-orang yang sabar.”*

(QS. Al-Anfal: 66)

*Apabila Ada Kegagalan Yang Kau Dapati, Kau Belajar Darinya  
Sebab Rabb Mu Ingin Kau Lebih Karena Kerja Keras*



## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk *Fashion* dalam Perfekstif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”**. ini tepat pada waktu yang telah ditentukan. Shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada baginda Rasullullah Muhammad SAW, yang telah membawa risalah Islam sebagai tuntunan hidup yang sempurna bagi seluruh manusia. Kemudian Shalawat dan Salam juga kepada keluarga dan sahabat Rasulullah SAW.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil kerja keras, namun juga tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan serta doa restu dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D dan Rina Desiana, ME selaku Ketua dan Sekretaris Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Safarul Aufa, SE.,M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak memberi waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
5. Dr. Hamdi Harmen, SE, MM dan Winny Dian Safitri, S. Si., M.Si selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan kritik dan sarannya terhadap skripsi saya sehingga penulisan skripsi ini jauh lebih baik.
6. Seri Murni, SE., M.Si., Ak selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan informasi dan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan dan seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah bersedia bekerjasama sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Kedua orang tua tercinta, Almarhum ayahanda Hisnul Fauzi dan ibunda Marhayati yang senantiasa memberikan kasih sayang, cinta, doa serta motivasi yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, didikan, dukungan serta semua jasa yang tidak ternilai harganya yang telah



diberikan selama ini. Abang dan Kakak tersayang serta adik-adik yang selalu mendoakan yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan penulisan ini guna memperoleh gelar sarjana dan ilmu yang diperoleh berkah juga bermanfaat bagi seluruh umat di muka bumi.

9. Sahabat-sahabat terbaikku Rian Rahmad, Nurhaliza, Liza Zulaini, dan seluruh sahabat Etos Unsiyah Yuli, Ilun, Devi Dewi, Nadia Ozi, Andri dan Aji yang selalu memberikan semangat, masukan, waktu dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, LDK Ar-Rissalah UIN Ar-Raniry, LDK FKIP Unsiyah, Juga kakak Mentor Beasiswa Studi Etos, Komunitas IEC Almahira FEBI yamh juga selalu memberikan dukungan penuh selama menempuh studi di UIN Ar-Raniry.

Semoga kebaikan semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini dibalas oleh Allah SWT dengan balasan pahala yang setimpal.

Banda Aceh, 16 Juli 2020  
Penulis,

Hanipah

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri  
P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

| No | Arab | Latin              | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1  | ا    | Tidak dilambangkan | 16 | ط    | Ṭ     |
| 2  | ب    | B                  | 17 | ظ    | Z     |
| 3  | ت    | T                  | 18 | ع    | ‘     |
| 4  | ث    | Ṣ                  | 19 | غ    | G     |
| 5  | ج    | J                  | 20 | ف    | F     |
| 6  | ح    | H                  | 21 | ق    | Q     |
| 7  | خ    | Kh                 | 22 | ك    | K     |
| 8  | د    | D                  | 23 | ل    | L     |
| 9  | ذ    | Ḍ                  | 24 | م    | M     |
| 10 | ر    | R                  | 25 | ن    | N     |
| 11 | ز    | Z                  | 26 | و    | W     |
| 12 | س    | S                  | 27 | ه    | H     |
| 13 | ش    | Sy                 | 28 | ع    | ‘     |
| 14 | ص    | Ṣ                  | 29 | ي    | Y     |
| 15 | ض    | Ḍ                  |    |      |       |

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| ◌َ    | <i>Fathah</i> | A           |
| ◌ِ    | <i>Kasrah</i> | I           |
| ◌ُ    | <i>Dammah</i> | U           |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌ِ يَ           | <i>Fathah dan ya</i>  | Ai             |
| ◌ِ وَ           | <i>Fathah dan wau</i> | Au             |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                                  | Huruf dan tanda |
|------------------|---------------------------------------|-----------------|
| اَ / َ           | <i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya | Ā               |
| اِ / ِ           | <i>Kasrah</i> dan ya                  | Ī               |
| اُ / ُ           | <i>Dammah</i> dan wau                 | Ū               |

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

#### Catatan:

#### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Hanipah  
NIM : 160602107  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk *Fashion* Dalam Perfekstif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry”.  
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag  
Pembimbing II : Safarul Aufa, SE.,M.Si  
Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

Mengonsumsi barang-barang secara berlebihan dinamakan dengan perilaku konsumtif, untuk mencegah terjadinya perilaku konsumtif diperlukan pengetahuan dalam kegiatan konsumsi atau dikenal dengan istilah literasi ekonomi. Disamping itu salah satu Faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* dalam perfekstif ekonomi syariah (studi terhadap mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry”. Analisis data menggunakan Regresi linear Berganda. Hasil penelitian ini berdasarkan uji T menunjukkan bahwa Variabel literasi ekonomi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan variabel gaya hidup ( $X_2$ ). Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.



## DAFTAR ISI

|                                                                   | Halaman       |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>                              | <b>iii</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN .....</b>                               | <b>iii</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>                     | <b>iii</b>    |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>                | <b>iv</b>     |
| <b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>                 | <b>v</b>      |
| <b>LEMBAR PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>                        | <b>vi</b>     |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                                | <b>vii</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                       | <b>viii</b>   |
| <b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>                                | <b>xii</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                               | <b>xv</b>     |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                           | <b>xvii</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                         | <b>xixx</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                        | <b>xx</b>     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                       | <b>xxii</b>   |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                | <br><b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                  | 1             |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                         | 9             |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                       | 9             |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                      | 10            |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                                   | 11            |
| <br><b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....</b>                       | <br><b>13</b> |
| 2.1 Literasi Ekonomi .....                                        | 13            |
| 2.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi.....                            | 13            |
| 2.1.2 Hubungan Literasi Ekonomi dengan Perilaku<br>Konsumen ..... | 19            |
| 2.1.3 Indikator Literasi Ekonomi .....                            | 20            |
| 2.2 Gaya Hidup .....                                              | 21            |
| 2.2.1 Pengertian Gaya Hidup .....                                 | 21            |
| 2.2.2 Jenis-Jenis Gaya Hidup .....                                | 23            |
| 2.2.3 Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup .....                   | 26            |
| 2.3 Perilaku Konsumtif .....                                      | 27            |

|                                                                                  | Halaman   |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif .....                                        | 27        |
| 2.3.2 Teori Perilaku Konsumen .....                                              | 27        |
| 2.3.3 Konsumsi dalam Perspektif Islam.....                                       | 31        |
| 2.3.4 Rasionalitas Berkonsumsi dalam Islam .....                                 | 36        |
| 2.3.4 Indikator Perilaku Konsumtif.....                                          | 37        |
| 2.4 Produk <i>Fashion</i> .....                                                  | 38        |
| 2.4.1 Pengertian Produk <i>Fashion</i> .....                                     | 38        |
| 2.4.2 <i>Fashion</i> dalam Pandangan Islam .....                                 | 39        |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                                   | 41        |
| 2.6 Kerangka Penelitian.....                                                     | 46        |
| 2.7 Hipotesis Penelitian .....                                                   | 47        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                            | <b>49</b> |
| 3.1 Desain Penelitian.....                                                       | 49        |
| 3.2 Lokasi Penelitian.....                                                       | 49        |
| 3.3 Variabel Penelitian.....                                                     | 49        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                                    | 50        |
| 3.5 Definisi Operasional .....                                                   | 52        |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data.....                                                 | 55        |
| 3.7 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengukuran .....                             | 56        |
| 3.7.1 Instrumen Penelitian .....                                                 | 56        |
| 3.7.2 Teknik Pengukuran .....                                                    | 56        |
| 3.8 Uji Coba Instrumen.....                                                      | 57        |
| 3.8.1 Uji Validitas Angket .....                                                 | 57        |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas Angket.....                                               | 58        |
| 3.9 Teknik Analisis Data .....                                                   | 58        |
| 3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....                                                     | 59        |
| 3.9.3 Pengujian Hipotesis.....                                                   | 61        |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>                                                   | <b>63</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian.....                                                | 63        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Prodi Ekonomi Syariah FEBI<br>UIN Ar-Raniry Banda Aceh ..... | 63        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden .....                                              | 65        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                 | Halaman   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2 Analisis Data.....                                                                                                                                                                                                                                          | 68        |
| 4.2.1 Uji Instrumen .....                                                                                                                                                                                                                                       | 68        |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                                                                                                                                    | 71        |
| 4.2.3 Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....                                                                                                                                                                                                                | 75        |
| 4.2.4 Uji Hipotesis .....                                                                                                                                                                                                                                       | 78        |
| 4.3 Pembahasan Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya<br>Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk<br><i>Fashion</i> Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah dalam<br>Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap<br>Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)... .. | 83        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>88</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                                                                                                                            | 88        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                                                                                                                                                 | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                                                                                                                                     | <b>91</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                                                                                                                                           | <b>91</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                           | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Matrik Persamaan dan Penelitian Terdahulu .....                                 | 41      |
| Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah .....                                    | 50      |
| Tabel 3.2 Penentuan Besarnya Sampel Menurut Yount (1999) .....                            | 51      |
| Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel Dan Indikator Variabel .....                      | 52      |
| Tabel 3.4 Skor Alternatif Jawaban .....                                                   | 58      |
| Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan .....                                 | 67      |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan .....                                 | 68      |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan ..                                  | 69      |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran ..                                 | 69      |
| Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Literasi Ekonomi) .....              | 71      |
| Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Gaya Hidup) .....                    | 72      |
| Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif) .....             | 73      |
| Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Reabilitas .....                                            | 74      |
| Tabel 4.9 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....                         | 75      |
| Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas .....                                                    | 76      |
| Tabel 4.11 Uji Heterokedasitas .....                                                      | 77      |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1 (Literasi Ekonomi) .....  | 78      |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2 (Gaya Hidup) .....        | 79      |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) ..... | 80      |
| Tabel 4.15 Analisis Pengaruh Antar Variabel .....                                         | 81      |
| Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....                          | 83      |
| Tabel 4.17 Uji Simultan (Uji F) .....                                                     | 84      |
| Tabel 4.18 Uji Parsial (Uji T) .....                                                      | 85      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                     | Halaman |
|-------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian..... | 46      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                    | Halaman |
|----------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1. Kusioner Penelitian.....               | 98      |
| Lampiran 2. Data Jawaban Responden.....            | 104     |
| Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas ..... | 115     |
| Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik.....                 | 124     |
| Lampiran 5. Uji Hipotesis .....                    | 126     |
| Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian .....           | 127     |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan arus globalisasi yang dipicu oleh kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah memperluas transaksi di pasar akan barang dan jasa, dimana kondisi ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya serta memberikan ruang yang luas dan penuh kebebasan dalam menentukan barang yang akan dikonsumsi. Perkembangan arus globalisasi yang terus berlanjut dalam segala aspek kehidupan manusia banyak mengubah pola pikir dan cara hidup masyarakat dalam aktivitas sehari-hari. Globalisasi adalah pengintegrasian internasional individu-individu dengan jaringan-jaringan informasi serta institusi ekonomi, sosial dan politik yang terjadi secara cepat dan mendalam pada takaran yang belum pernah dialami selama sejarah dunia sebelumnya (Deliarnov, 2006: 201).

Globalisasi dalam bidang ekonomi disebut dengan globalisasi perekonomian. Globalisasi perekonomian adalah perubahan perekonomian dunia yang bersifat mendasar atau struktural dan proses ini akan berlangsung terus dengan laju yang akan semakin cepat mengikuti perubahan teknologi yang juga akan semakin cepat dan peningkatan serta perubahan pola kebutuhan masyarakat dunia. Globalisasi ekonomi ditandai dengan makin

menipisnya batas-batas investasi atau pasar secara nasional, regional maupun internasional. Menurut Halwani (2005: 194) hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor yaitu : komunikasi dan transportasi yang semakin canggih, lalu lintas devisa yang semakin bebas, ekonomi negara yang semakin terbuka, penggunaan keunggulan secara komparatif serta keunggulan kompetitif tiap-tiap negara, metode produksi dan perakitan dengan organisasi yang makin efisien dan pesatnya perkembangan perusahaan multinasional di seluruh dunia.

Perkembangan arus globalisasi telah masuk ke seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali dilingkungan mahasiswa. Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa, mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan. Pada dasarnya kebutuhan mahasiswa terdiri dari alat tulis kerja, buku paket kuliah, transportasi (biaya transportasi) dan biaya makan serta alat penunjang lainnya yang menjadi keperluan masa perkuliahan.

Bagi mahasiswa adalah sebuah tuntutan untuk mengikuti perkembangan arus globalisasi, kemudahan dalam mendapatkan informasi dari berbagai media sosial mengenai hal-hal terbaru diseluruh dunia menjadi faktor penyebab mudahnya mahasiswa terpengaruh oleh perkembangan arus globalisasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa menjadi salah satu target pasar yang



menjanjikan. Sebagian dari kalangan mahasiswa berasal dari luar daerah, yang mana dalam pemenuhan kebutuhannya tidak ada lagi kontrol dari orang tua.

Namun seringkali terjadi penyimpangan konsumsi di kalangan mahasiswa, mereka tidak lagi mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan mereka tapi memenuhi keinginan mereka. Dalam ekonomi Islam konsumsi diartikan sebagai memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kebahagiaan atau kesejahteraan di dunia maupun akhirat.

Dalam kajian ekonomi Islam pemenuhan konsumsi sebagaimana yang telah dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu : 1) kebutuhan *dharuriyat* (primer) yaitu kebutuhan yang menjadi tegaknya kehidupan manusia baik agama maupun dunia, 2) kebutuhan *hajiyyat* (sekunder) yaitu kebutuhan yang dimaksudkan untuk menghilangkan kesusahan dan memberikan kemudahan bagi manusia, 3) kebutuhan *tahsiniyat* (tersier) adalah eksistensi yang tidak mengancam atau tidak menimbulkan kesulitan apabila tidak terpenuhi. Dalam hal ini Islam dengan jelas memberikan batasan terhadap konsumsi. Batasan konsumsi dalam Islam bukan perihal halal haram saja melainkan juga tentang larangan *israf* dan bermegah-megahan. Sebagaimana Allah jelaskan dalam Surah (Thaha:81)

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ  
 غَضَبِي<sup>ط</sup> وَمَنْ يَحْلِلْ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ ﴿٨١﴾

Artinya: “ *Makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia.* “  
 (Taha [20]:81).

Berdasarkan terjemahan ayat di atas menyuruh supaya mereka memakan diantara rezeki yang baik, yang lezat cita rasanya dan yang telah Allah karuniakan kepada mereka, jangan sekali-sekali mereka menyalahgunakannya, seperti menafkahkanya dengan boros, tidak mensyukurinya, mendermakan kepada kemaksiatan. Karena jika demikian berarti mereka telah mengundang kemurkaan Allah yang akan menimpakan siksaan.

Yang terjadi saat ini di kalangan mahasiswa mereka tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka, melainkan mereka mengikuti apa yang berkembang dalam masyarakat yang mana hal itu sebenarnya bukan kebutuhan mereka, salah satunya dalam bidang *fashion*. Berkembangnya *trend fashion* yang bermunculan diberbagai media sosial memicu kalangan mahasiswa untuk tidak ketinggalan mengenai model-model *fashion* terbaru. Bukan sesuatu yang asing lagi jika mahasiswa sering kali menyisihkan uang jajan mereka untuk

membeli produk fashion, karena kebanyakan dari kalangan mahasiswa belum berpenghasilan dan masih tergantung dari orang tua. Dengan adanya aktifitas tersebut mengarah pada sebuah kebiasaan yang lama kelamaan menjadi hobi yang membuat mereka terus menerus mengikutinya.

Ulfah, dkk. (2016) menyatakan bahwa adanya kesenangan dan penghargaan yang diperoleh oleh para pecinta *fashion* untuk terus mengikuti gaya *fashion* yang kemudian menimbulkan dorongan hasrat untuk terus mengkonsumsinya, serta adanya persiapan waktu, uang dan barang dalam kaitannya dengan *fashion*. Namun kebiasaan dan hobi mengkonsumsi produk *fashion* berujung pada perilaku konsumtif.

Konsumtif adalah perilaku membeli barang-barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi sehingga seseorang tidak membedakan lagi mana yang menjadi kebutuhan dan keinginan. Lubis dalam Sumartono (2002: 117) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini dapat dilihat dari meningkatnya kecenderungan orang dalam berbelanja.

Terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswa, proses pendidikan memegang peranan besar dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dapat dimaknai bahwa orang dalam proses belajar akan mengubah perilaku sehari-harinya dalam

berbagai aspek kehidupan, maka dari itu literasi ekonomi penting dalam kegiatan konsumsi. Literasi ekonomi diartikan sebagai pemahaman seseorang dalam membuat pilihan yang cerdas terkait alokasi sumber daya (Peter Sina, 2012). Kegunaan lain dari literasi ekonomi adalah untuk membuka persepsi yang tertutup akibat kurangnya pengetahuan tentang biaya/manfaat (*cost/benefit*). Pentingnya literasi ekonomi diharapkan konsumen rasional dalam berkonsumsi.

Mahasiswa program studi ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN AR-Raniry harusnya bisa mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dalam proses pembelajaran dikampus telah banyak tau berbagai ilmu ekonomi dan batasan dalam berkonsumsi untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga bisa berfikir rasional dalam berkonsumsi. Meiiia, dkk. (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal yang sama juga ditemukan oleh Astuti (2016) bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat juga terjadi karena pengaruh gaya hidup. Kotler mendefenisikan gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali

dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini) (Kotler, 2002: 192).

Kebanyakan dari kalangan mahasiswa cenderung mengikuti gaya hidup kekinian sehingga dalam pemilihan konsumsi tidak lagi membedakan antara kebutuhan pokok dan kebutuhan tidak pokok. Semakin mewah gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, sebab gaya hidup yang mewah akan menimbulkan keinginan akan barang-barang mewah pula, sehingga skala prioritas tidak terpikirkan. Seorang mahasiswa sangat diharapkan dapat berkonsumsi sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.

Dalam berbagai mata kuliah seperti ekonomi mikro, ekonomi makro dan pengantar ilmu ekonomi telah dijelaskan cara berkonsumsi yang efisien dan efektif, sesuai dengan skala prioritas. Melalui pembelajaran tersebut, para mahasiswa mampu mengatur gaya hidup mereka dan berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan menurut skala prioritas. Pulungan dan Febrianti (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedikit berbeda dengan yang ditemukan oleh Risnawati, dkk. (2018) bahwa gaya berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan pada beberapa mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Ar-Raniry program studi ekonomi syariah sebulan yang lalu, sebagian besar mahasiswa sangat mementingkan penampilan (*fashion*) saat pergi ke kampus mereka beranggapan bahwa berpenampilan modis dengan *fashion* yang digunakan selalu *up to date* mengikuti *trend* yang ada adalah suatu keharusan. *Fashion* sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi dari penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana seseorang dalam mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas dan perasaan kepada orang lain. Produk *fashion* merupakan obyek yang senantiasa memiliki nilai-nilai dan citra-citra yang selalu dilekatkan dan tidak bisa terpisah dengan *fashion* itu sendiri. Sehingga tidak heran lagi jika belakangan ini orang-orang berlomba-lomba dalam mengkonsumsi produk *fashion* yang *up to date* (Trisnawati, 2011).

Umumnya begitu juga dengan *fashion* yang digunakan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry program studi ekonomi Syariah yang cenderung mengikuti *trend fashion* yang berkembang, selain itu mereka juga beranggapan bahwa dengan *fashion* yang *up to date* mereka lebih percaya diri untuk bepergian baik ke kampus maupun di luar kampus. Hal ini seharusnya mahasiswa ekonomi Syariah harus berperilaku konsumsi dengan konsep Syariah sebagaimana yang dipelajari di berbagai matakuliah mengenai konsep dan perilaku konsumsi dalam Islam.

Berdasarkan ulasan latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk meneliti kembali **“Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk *Fashion* Dalam Perfekstif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry ?
3. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini mengacu pada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.

2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

##### **b. Manfaat Praktis**

1. Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa ekonomi Syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam



menghadapi permasalahan yang terjadi kaitannya dengan ekonomi.

3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup untuk produk *fashion* terhadap perilaku konsumtif dan dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* peneliti uraikan sebagai berikut :

**BAB I** : Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan sesuai judul proposal ini.

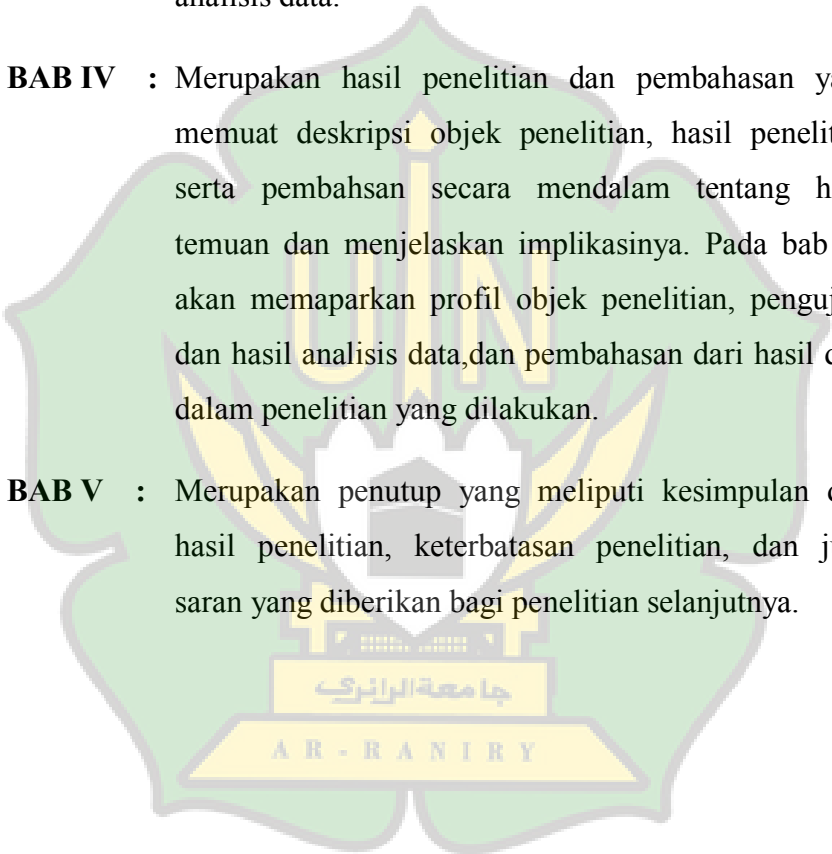
**BAB II** : Merupakan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka berfikir yang berisi tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion*.

**BAB III** : Merupakan metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan. Desain

penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik pengukuran, uji coba instrumen dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang memuat deskripsi objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada bab ini akan memaparkan profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, dan pembahasan dari hasil data dalam penelitian yang dilakukan.

**BAB V** : Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran yang diberikan bagi penelitian selanjutnya.



## **BAB II**

### **TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

#### **2.1 Literasi Ekonomi**

##### **2.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi**

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani yakni *Oikonomia*. Artinya manajemen rumah tangga. Asal katanya adalah *Oikos* yang berarti rumah tangga dan *Nomos* yang berarti peraturan, aturan, atau hukum. *Oikonomia* adalah aturan masyarakat sebagai hukum kodrat yang menetapkan rumah tangga yang baik. Ilmu ekonomi membahas segala jenis pokok bahasan. Namun pada intinya ditujukan untuk memahami bagaimana masyarakat mengalokasikan sumber-sumber dayanya yang langka. Ekonomi adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa. Ekonomi secara umum atau secara khusus adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga (DPN, 2001: 854).

Berdasarkan pendapat Nopirin (2008: 1) ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik secara individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya bersifat tidak terbatas) akan barang dan jasa. Ilmu ekonomi terbagi dalam dua bagian besar yang kelak akan menurunkan ilmu-ilmu ekonomi teori dan terapan, yaitu ilmu ekonomi mikro dan ilmu ekonomi makro. Ilmu ekonomi mikro khususnya mempelajari

perilaku individu dan rumah tangga produksi atau perusahaan dalam membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Aspek analisisnya antara lain analisa biaya/manfaat, teori permintaan dan penawaran, elastisitas, model-model pasar, industri, teori harga dan teori produksi. Sedangkan ilmu ekonomi makro mempelajari perilaku masyarakat (negara/bangsa) dalam memenuhi kebutuhannya (masalah agregat). Aspek analisisnya antara lain pendapatan nasional, neraca pembayaran, kesempatan kerja, inflasi, dan investasi.

Ekonomi Islam menurut Umer Chapra konomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memeberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan (Nasution, 2006: 16).

Ilmu Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berdasarkan Syariat Islam yang bersumber Al-Quran dan As-Sunnah serta Ijma para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (Manan,2012: 29).

Literasi berasal dari bahasa latin yaitu *littera* (huruf ) yang berarti tentang penguasaan sistem-sistem tulisan dan konvensi-konvensi yang menyertainya. Menurut KBBI (2001) literasi adalah

kemampuan menulis dan membaca, pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu dan kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Sedangkan menurut UNESCO dalam Iriantara (2009: 4) menjelaskan bahwa literasi adalah kemampuan seorang individu untuk membaca dan menulis yang ditandai dengan kemampuan memahami pernyataan singkat yang ada hubungannya dengan kehidupannya.

Menurut Matsuura (*Director-General of the United National Educational, Scientific and Cultural Organisation*) bahwa literasi bukan hanya menyangkut tentang keahlian berpikir dan membaca tetapi juga proses pembelajaran (*learning*) dan keahlian hidup (*life skill*) yang digunakan manusia, komunitas ataupun suatu bangsa untuk bertahan dan secara berkelanjutan mengalami perubahan. Dengan kata lain, tanpa literasi maka suatu bangsa atau komunitas akan kesulitan memastikan untuk tetap bertahan hidup selayaknya sebagai manusia (Peter Sina, 2012). Dapat disimpulkan bahwa literasi adalah kemampuan dan pemahaman seseorang dalam memahami sesuatu. Didasari definisi tersebut tampak bahwa literasi memainkan peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya literasi maka seseorang dapat memilah dan memilih kebutuhan yang akan dikonsumsi.

Dalam Islam literasi dikaitkan Dalam Al-Qur'an terdapat banyak kata yang bermakna membaca yaitu :

- a. (*Qara'a*) قرأ

Kata qara'a dalam Al-Qur'an bermakna membaca.

b. (Tilawah) تلاوة

Pada kitab Lisan Al-Arab dijelaskan bahwa makna تلاوة dan تلا memiliki makna yang sama dengan penjelasan di atas. Makna yang dimaksud adalah membaca dan mengikuti. Sedangkan makna dari تلاوة sendiri adalah membaca seluruh kalam yang ada dalam alquran.

c. (Tartila) ترتيلا

Secara bahasa kata (tartila) ترتيلا merupakan bentuk masdar yang menunjukkan makna *Al-Tansiq* (tersusun) dan *Al-Tartib* (teratur) dalam menyampaikan sebuah kalimat. Tartila adalah membaca dengan perlahan-lahan sambil memperjelas huruf-huruf berhenti dan memulai, sehingga pembaca dan pendengar dapat memahami dan menghayati pesan-pesan yang dibaca (Shihab, 2006:405).

Menurut Abu Ishaq dalam Mulyono (2015) membaca Al-Quran tidak boleh dilakukan dengan terburu-buru, harus dibaca secara pelan-pelan Al-Imam Hasan Al-Bashri berkata: "Orang mukmin itu pelan-pelan sehingga jelas perkaranya". Membaca al-Quran dengan cara perlahan-lahan ini merefleksikan keharusan untuk membaca al-Quran dengan lebih dalam (deep reading), memberikan kesempatan untuk berpikir, merenungi (mentadabburi) serta mengambil hikmah dari al-Quran. Demikian

juga dalam hal literasi ekonomi, dimana seorang muslim dituntut membaca dan memperdalam wawasan dalam kegiatan ekonomi untuk kemudian diaplikasikan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Menurut pendapat Haryono dalam (Murniatiningsih, 2017: 135) menyatakan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah ekonomi, penyusunan alternatif pemecahan dengan mempertimbangkan *benefit* dan *cost*. Istilah literasi ekonomi juga dikaitkan melek ekonomi, menurut Pandey & Bhattacharya (2012: 3) melek ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang penghasilan, tabungan, pengeluaran dan mengalokasikan uang. Daroin dalam (stevani dan gumanti, 2019) mengungkapkan bahwa literasi ekonomi yang tertuang pada tindakan ekonomi mahasiswa dalam perspektif ilmu ekonomi termasuk dalam perilaku ekonomi rumah tangga (*household*) yang kegiatan utamanya adalah melakukan tindakan konsumsi.

Sedangkan Wulandari dalam (Thohir, 2016) bahwa literasi ekonomi adalah ketrampilan hidup (*life skill*) yang harus dimiliki oleh siapa saja untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat. Oleh karena itu, literasi ekonomi dapat diaplikasikan untuk konteks individu maupun rumah tangga. Pada hakikatnya setiap pribadi konsumen akan melakukan kegiatan konsumsi secara rasional, sebagaimana yang dinyatakan berdasarkan asumsi klasik bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang rasional atau sering disebut

dengan *homoeconomicus*. Sedangkan *North Central Regional Educational Laboratory* atau *NCREL* dalam (murtianingsih, 2017) mengartikan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan menafsirkan masalah ekonomi dan memeriksa pilihan yang berbeda yang berkaitan dengan mencari solusi, mendefinisikan biaya dan keuntungan, menganalisis hasil dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengorganisir data, menimbang biaya dan keuntungan. Sedangkan menurut Mathews (1999) bahwa literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. (murtianingsih, 2017)

Menurut Budiwati literasi ekonomi penting dalam kehidupan sehari-hari. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Gary H. Stern, *Presiden Federal Reserve Bank of Minneapolis*: “Melek ekonomi sangat penting karena merupakan ukuran apakah orang memahami kekuatan yang secara signifikan mempengaruhi kualitas hidup mereka”(Solihat, 2008). Begitu pentingnya literasi ekonomi, maka dengan melek ekonomi diharapkan seseorang dapat lebih rasional dalam mengambil keputusan ekonomi. Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Membuat keputusan ekonomi yang cerdas adalah suatu pilihan yang memerlukan upaya. Individu juga perlu memahami syarat-syarat yang tepat guna membuat keputusan ekonomi sehari-hari. Terkait upaya dan persyaratan tersebut maka



literasi ekonomi menjadi suatu pilihan yang sebaiknya dimiliki oleh seseorang. Hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang memadai guna membuat keputusan yang cerdas (Thohir, 2016). Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat diketahui bahwa literasi ekonomi merupakan kemampuan seseorang dalam memahami permasalahan ekonomi secara baik dan dapat menentukan alternatif pemecahan masalah terkait alokasi sumber daya sehingga dapat melakukan tindakan ekonomi secara rasional.

### **2.1.2 Hubungan Literasi Ekonomi dengan Perilaku Konsumen**

Literasi ekonomi mempunyai peranan yang sangat penting bagi seseorang dalam memutuskan untuk mengkonsumsi barang. Dimana literasi ekonomi akan membantu seseorang untuk memilih barang yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhannya. Dengan adanya literasi ekonomi maka juga akan mempermudah seseorang dalam mengambil keputusan barang yang akan dikonsumsi secara cerdas dan tepat. Kurt menyatakan bahwa salah satu bidang keaksaraan yang paling penting terjadi sebagai syarat dan hasil dari era informasi adalah literasi ekonomi (Thohir, 2016).

Di Amerika Serikat, Louis Harris & Associates, Inc dengan Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi (*The National Council on Economic Education - NCEE*) pada tahun 2005 mengembangkan Uji Melek Ekonomi. Penelitian ini dilakukan secara online dari 12 Januari-10 Februari 2005 dengan 3.512 orang dewasa AS berusia 18 tahun ke atas dan 2.242 siswa AS kelas 9-12. Mereka

menemukan bahwa orang dewasa mencetak rata-rata 57% pemahaman mereka tentang konsep dasar ekonomi dan siswa SMA mencetak rata-rata 48% dalam (Pranoyoto dan Siregar, 2015). Jappelli (2009: 9) bahwa literasi ekonomi menjadi semakin penting untuk membuat keputusan rumah tangga, yaitu bagaimana berinvestasi yang tepat, berapa banyak meminjam yang tepat di pasar uang dan bagaimana memahami konsekuensi atas stabilitas keseluruhan ekonomi.

### **2.1.3 Indikator Literasi Ekonomi**

Pada prinsipnya literasi ekonomi merupakan alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengerucutkan peluang mencapai kesejahteraan. Salah satu indikatornya adalah menjadi orang yang cerdas dalam mengelola sumber daya ekonominya guna mencapai kesejahteraan (Thohir, 2016).

Literasi ekonomi juga dapat dikur dengan menggunakan The Standards in Economics Survey yang dikembangkan oleh The National Council on Economic Education (NCEE) menggunakan indikator ekonomi mikro dan ekonomi makro yang terdiri dari 20 indikator yaitu: 1). Kelangkaan, pilihan dan sumber daya produksi 2). Pengambilan keputusan dan analisis marginal 3). Sistem ekonomi dan mekanisme alokasi 4). Insentif ekonomi: harga, gaji dan laba 5). Perdagangan dan pertukaran 6). Spesialisasi dan keuntungan komparatif 7.) Pasar dan harga 8). Permintaan dan penawaran 9). Kompetisi 10). Economic, 11). Uang dan inflasi 12).

Tingkat bunga, 13). Pasar tenaga kerja dan pendapatan 14). Kewirausahaan 15). Sumber daya manusia 16.) Kebijakan ekonomi pemerintah 17). Kegagalan pemerintah 18). Pengeluaran, pendapatan, pengangguran dan tingkat harga 19). Inflasi 20). Kebijakan fiskal dan moneter (Stevani dan Gumanti, 2019).

## **2.2 Gaya Hidup**

### **2.2.1 Pengertian Gaya Hidup**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Sedangkan dari sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Berdasarkan pengalaman sendiri yang diperbandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya sesuai dan mana yang tidak sesuai untuk ditampilkan dengan ruang sosial.

Menurut Sumarwan (2011: 57), Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Menurut Rangkuti (2017: 187) gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang

diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan dari seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan seseorang dalam mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa dari berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada (Suryani, 2008: 73). Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Nabu Muhammad SAW telah memperingatkan kepada umatnya untuk tidak hidup berlebihan dan bermewah-mewahan, dalam mengalokasikan uangnya seorang mukmin harus berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan, meskipun dengan barang-barang yang sifatnya mubah juga bisa menyebabkan seseorang melakukan pemborosan. Dalam Islam Allah SWT telah menjelaskan tentang gaya hidup Islami dalam Firmannya:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ  
ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : “ Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Al-Furqaan [25]:67).

Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang mejadi model utama. Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya. Pengimitrasian ini terutama dialami oleh para remaja.

### 2.2.2 Jenis-Jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut (Sumarwan, 2011: 45):

1. *Funcionalists*. Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
2. *Nurturers*. Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumah tangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
3. *Aspirers*. Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik *Yuppie* klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.
4. *Experientials*. Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi dan kesenangan

(*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.

5. *Succeeders*. Rumah tangga yang mapan, berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi, pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
6. *Moral majority*. Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap empty-nest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.
7. *The golden years*. Kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. melakukan pembelian tempat tinggal kedua, melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
8. *Sustainers*. Kelompok orang dewasa dan tertua, sudah pensiun, tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
9. *Subsisters*. Tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

Dalam Suryani dan Achira (2019) jenis Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis, Secara umum, jenis gaya hidup konsumen sebagai berikut:

1. Gaya Hidup Mandiri Yaitu kemampuan untuk hidup tanpa bergantung dengan lain.
2. Gaya Hidup Modern Yaitu dimana keinginan akan penggunaan teknologi dan informasi digital.
3. Gaya Hidup sehat adalah gaya hidup yang tepat untuk dijalani, hidup dengan lingkungan, pola makan, dan fikiran yang sehat yang dapat memberikan hasil yang baik dan positif.
4. Gaya Hidup Hedonis gaya hidup hedonisme merupakan suatu pola fikir yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup semata, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain dan selalu ingin jadi pusat perhatian. Teori *hedonistic* menyatakan bahwa segala perbuatan manusia, baik di sadari ataupun tanpa disadari, baik timbul dari kekuatan dalam ataupun luar pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan dan menghindari dari hal-hal yang menyakitkan.
5. Gaya Hidup Bebas adalah gaya hidup bebas dimana dalam menjalankan kehidupan seseorang mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang ada dimasyarakat.

6. Gaya Hidup Hemat. Hidup sesuai dengan kemampuan, konsumen yang mampu berfikir secara ketat terkait pengelolaan uangnya.

### 2.2.3 Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009) :

1. Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. *Interest* dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa



masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

## **2.3 Perilaku Konsumtif**

### **2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Kegiatan konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan. Wibowo dan Supriadi (2013: 225) mengartikan konsumsi adalah bagian dari penghasilan yang dipergunakan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Bagaimana seseorang bertindak dalam berkonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya disebut dengan pola konsumsi.

Konsumtif merupakan kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa bukan didasarkan kebutuhan, melainkan faktor gengsi. Dalam *The Theory of The Leisure Class*, Veblen menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan dorongan dan pola perilaku konsumsi masyarakat. Veblen dalam Deliarnov (2014: 147) menyebutkan bahwa “*Conspicuous consumption of valuable goods is a means of reputability to gentlemen of leisure.*” Ketika penyebaran informasi semakin masif dan pasar sering menawarkan berbagai macam produk yang menggiurkan, menggugah selera dan cita rasa konsumen, maka yang kemudian terjadi adalah pemanfaatan waktu senggang menjadi suatu yang mereduksi

sebagai aktivitas *pleasure*, bersenang-senang, hedonis, dan bahkan identik dengan berbelanja.

Konsumen menggunakan uang mereka lebih besar dari produksinya (pendapatan) untuk membeli barang yang bukan menjadi kebutuhan primer. Dalam hal ini Veblen memandang ini sebagai motif hanya untuk bersenang-senang, tanpa memperdulikan bagaimana kegunaan barang tersebut dalam kehidupan sehari-hari, semata hanya untuk dipamerkan (Deliarnov, 2015: 147). Perkembangan dan teknologi yang semakin canggih dimana semua bisa orang mengaksesnya dengan mudah banyak merubah pola dan gaya hidup masyarakat, terus-terusan berubah mengikuti trend tanpa memperhatikan lagi barang-barang tersebut masih sesuai dengan kebutuhannya. Tindakan ini dilakukan diluar rasional karena hanya ingin terlihat lebih dan wah dihadapan orang-orang sekitarnya. Solomon dalam Sumarwan (2014: 45) bahwa “ *lifestyle refers to a pattern of consumption reflecting a person's choices of how he or she spend time oan money.*” Menurut Solomon pola konsumsi seseorang dapat digambarkan berdasarkan bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya yang dicerminkan melalui gaya hidupnya.

### 2.3.2 Teori Perilaku Konsumen

Menurut Suwarman (2014: 5), Riset perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif dimana ketiga perspektif tersebut sangat mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ketiga perspektif tersebut yaitu :

1. Perspektif pengambilan keputusan

Konsumen melakukan serangkaian kativitas dalam membuat keputusan pembelian. Perspektif ini mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambila keputusan yang rasional untuk memecahkan masalah tersebut.

2. Perspektif *Eksperiensial* (pengalaman)

Perspektif ini mengemukakan bahwa konsumen sering kali mengambil keputusan membeli suatu produk tidak selalu berdasarkan keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Konsumen sering kali membeli sesuatu produk karena alasan kegembiraan, fantasi, ataupun emosi yang diinginkan.

3. Perspektif pengaruh *behavioral*

Perspektif ini menyatakan bahwa seorang konsumen membeli suatu produk sering kali bukan karena alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya. Perilaku konsumen dalam perspektif ini menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor luar

seperti program pemasaran yang dilakukan oleh produsen, faktor budaya, faktor lingkungan fisik, faktor ekonomi dan undang-undang, serta pengaruh lingkungan yang kuat membuat konsumen melakukan pembelian.

Dalam ilmu ekonomi konsumsi seseorang harus rasional dalam menentukan pilihannya dimana setelah mengkonsumsi barang tersebut ia mendapat kepuasan yang maksimal juga mempertimbangkan pendapatan dan harga barang. Teori perilaku konsumen ini dapat dibedakan dalam dua pendekatan yaitu pendekatan nilai guna (*utility*) kardinal dan pendekatan nilai guna ordinal.

#### 1. Pendekatan Nilai Guna (*Utility*) Kardinal

Kepuasan seseorang setelah mengkonsumsi barang dinamakan dengan nilai guna. Menurut Sadono Sukirno (2015:154) menyebutkan bahwa : Nilai guna total (*Total Utility*) adalah dapat diartikan sebagai jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna marginal (*Marginal Utility*) berarti pertambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dan pertambahan (atau pengurangan) penggunaan suatu unit barang.

#### 2. Pendekatan Ordinal

Menurut pendekatan ordinal, kegunaan tidak bisa diukur tetapi untuk sekedar diketahui dan konsumen membuat preferensi (urutan) daya guna dari barang yang

dikonsumsinya. Agar kepuasan tersebut tercapai maka konsumen memiliki preferensi dari berbagai kebutuhannya. Preferensi konsumen dapat dijelaskan dengan menggunakan kurva indeferens (*indifference curve*), yaitu kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi konsumsi dua macam barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi seorang konsumen. Sama hal nya seperti yang diungkapkan oleh Sukirno (2015: 170) bahwa kurva indeferens dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan ganungan barang-barang yang akan memberikan kepuasan yang sama besarnya.

### 2.3.3 Konsumsi dalam Perspektif Islam

Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT, dalam Islam yang disyariatkan adalah agar tidak hidup bermewah-mewah, tidak berusaha pada kerja-kerja yang dilarang, membayar zakat menjauhi riba, menjauhi israf dan tabzir merupakan rangkuman dari akidah, akhlak dan syariat Islam yang menjadi rujukan dalam pengembangan sistem ekonomi Islam (Chapra, 2001: 202). Sebagaimana firman Allah SWT :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ

ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴿١٧﴾

Artinya : *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”*(Al-Furqan [25]:67).

Al-Qur'an dalam surat (Al-Furqan [25]: 67) jelas Allah memberikan pedoman bagaimana seharusnya seorang muslim dalam berkonsumsi riil didasarkan atas kebutuhannya bukan karena pengaruh apapun. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal haram tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikkan, larangan *israf* dan larangan bermegah-megahan. Karena Perhitungan antara pendapatan, konsumsi dan simpanan sebaiknya ditetapkan atas dasar keadilan sehingga tidak melampaui batas dengan terjebak pada sifat boros maupun kikir, sebagaimana dijelaskan Allah Swt dalam (QS. Al-Baqarah [2] : 168).

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*(Al-Baqarah [2]:168).

Ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi seorang dan atau masyarakat muslim (Habibullah, 2017)

:

1. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption* (karena terdapat balasan surga di akherat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
2. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
3. Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar karena mengharap ridho Allah akan digantikan berlipat-lipat. Firman Allah :

وَمَثَلِ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ  
 اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا  
 وَابِلٌ فَتَأْتَّى أَكْطَافَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِبْهَا  
 وَابِلٌ فَطُلٌّ ۖ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٦٥﴾

Artinya : *“Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat”.* (Al-Baqarah [2]: 265).

Dalam Islam terdapat beberapa prinsip-prinsip yang harus ditaati umat muslim dalam kegiatan konsumsi, menurut Al Haritsi (Habibullah, 2017) terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam sebagai berikut:

1. Prinsip Syari'ah bahwa konsumsi merupakan sarana untuk membangun keta'atan pada Allah dan harus mengetahui betul apa yang dikomsumsinya baik dari sisi zat, proses pembuatan (halal dan haram).



2. Prinsip kuantitas bahwa kesederhanaan dalam segala hal merupakan kebaikan dengan memperhatikan kemampuan dan pendapatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta berupaya untuk menabung dan menginvestasikan hartanya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat (Al-Maidah [5]:87):

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”. (Al-Maidah [5]:87).

3. Prinsip prioritas bahwa pertimbangan konsumsi perlu mendahulukan kebutuhan primer kemudian sekunder kemudian tertier.
4. Prinsip sosial bahwa semangat saling ta’awun dan memberi contoh keteladanan perilaku konsumsi serta memperhatikan maslahat umum dengan tidak membahayakan, merugikan yang lain serta mengganggu ketertiban umum.
5. Kaidah lingkungan bahwa perhatian kepada sumber daya alam yang ada dengan tidak mengeksploitasi tanpa batas dan merusaknya.

### 2.3.4 Rasionalitas Berkonsumsi dalam Islam

Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia baik kebutuhan pangan, sandang dan papan. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut harus dilakukan dengan penuh perencanaan. Konsumen diwajibkan untuk rasional dalam kegiatan konsumsi jangan sampai mengarah pada perilaku konsumtif.

Rasionalitas Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dalam pandangan Islam. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam kepuasan material maupun spiritual (Afrina dan Achiria, 2018).

Rasionalitas dalam perilaku konsumen muslim haruslah berdasarkan aturan Islam sebagai berikut:

1. Konsumen muslim dikatakan rasional jika pembelanjaan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan.
2. Seorang konsumen muslim dapat dibilang rasional jika ia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang yang bersifat duniawi semata, melainkan untuk kepentingan jalan Allah (*fii sabilillah*).
3. Konsumen muslim dikatakan rasional jika memiliki tingkat konsumsi lebih kecil dibanding non muslim karena yang

dikonsumsi terbatas barang-barang yang halal dan thayib (Afrina dan Achiria, 2018).

### **2.3.4 Indikator Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, dimana tidak didasarkan pada kebutuhan akan tetapi mengikuti hasrat atau keinginan. Menurut Sumarwan dalam Fransisca dan Suyasa (2008) terdapat delapan faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif yaitu :

1. Penawaran hadiah
2. Kemasan yang
3. Menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Potongan harga
5. Menjaga status sosial
6. Pengaruh model yang mengiklankan
7. Membeli barang mahal untuk menimbulkan percaya diri yang tinggi
8. Pembelian dua barang sejenis dengan merek yang berbeda

Dalam perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid dalam Octaviana (2018: 29) terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dapat dikatakan konsumtif yaitu pembelian impulsif (impulsive buying), pemborosan (wasteful buying), dan mencari kesenangan (non rational buying).

## 2.4 Produk *Fashion*

### 2.4.1 Pengertian Produk *Fashion*

Secara etimologis, *fashion* berasal dari bahasa Inggris yang diambil dari bahasa latin *factio* yang artinya membuat atau melakukan. Makna asli dari *fashion* adalah mengacu pada kegiatan. *Fashion* dalam bahasa Inggris berarti mode, cara, gaya, model, dan kebiasaan. Penggunaan kata *fashion* belum diserap dalam bahasa Indonesia sehingga *fashion* yang dimaksudkan disini adalah mode. Dalam kamus bahasa Indonesia mode adalah bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk pada suatu waktu tertentu (tentang pakaian, potongan rambut, corak hiasan dan lainnya. Namun dewasa ini *fashion* diartikan sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Polhemus Procter dalam Hendariningrum dan Susilo (2008) menyatakan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana.

Menurut Solomon dalam bukunya “*Consumer Behaviour: European Perspective*” *fashion* adalah proses penyebaran sosial (*social-diffusion*) dimana sebuah gaya baru diadopsi oleh kelompok konsumen. *Fashion* atau gaya mengacu pada kombinasi beberapa atribut. Agar dapat dikatakan “*in fashion*”, kombinasi tersebut haruslah dievaluasi secara positif oleh sebuah *reference group* (Savitrie, 2008: 13-14). Menurut Lili (2008: 14-15) produk *fashion* terdiri dari pakaian (mulai dari pakaian bayi sampai pakaian wanita dan pria dewasa), aksesoris, tas wanita dan tas pria, sepatu atau

sandal, dan kosmetik. Dari beberapa jenis produk *fashion* diatas yang menunjang penampilan mahasiswa agar terlihat modis dan *up to date*, dalam penelitian ini dalam penelitian ini membatasi dan mengspesifikan jenis produk *fashion* menjadi pakaian (baju dan celana), tas, sepatu, sandal, kerudung dan jam tangan.

#### 2.4.2 *Fashion* dalam Pandangan Islam

Dalam Islam bila istilah *fashion* ditinjau dari berbagai sudut pandang akan dikaitkan dengan aurat. Sejarah kehidupan umat manusia menurut sinyal elemen Al-Quran, setelah kasus penciptaan manusia dan segala diskusi antara malaikat dengan Tuhan, maka kasus pertama yang terjadi adalah kasus aurat. Menurut Dr. Muhammad Baltajiy, kemaksiatan Adam dan Hawa dengan memakan buah khuldi terkait dengan pengetahuan keduanya tentang memaknai aurat dan perhatian keduanya untuk menutupnya (Ilyas, 2016). Firman Allah dalam (Q.S. al-A'raf [7]: 26) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يَبْنِي ءَادَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ  
ذَٰلِكَ مِنْ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya : *“Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa. Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”*.

Menurut M. Quraish Shihab, minimal ada tiga fungsi dari pakaian yang disinggung al-Quran (Ilyas, 2016):

1. Memelihara pemakainya dari sengatan panas dan dingin serta segala sesuatu yang dapat mengganggu jasmani.
2. Menunjukkan identitas sehingga pemakainya dapat terpelihara dari gangguan dan usilan.
3. Menutupi yang wajar kelihatan (termasuk aurat) serta menambah keindahan pemakainya.

Menggunakan *Fashion* (pakaian) dengan mengumbar atau memperlihatkan atau bahkan mempertontonkan aurat tidak sesuai dengan tujuan Hukum Islam berupa memelihara kehormatan. Meskipun hal tersebut bertentangan dengan agama dan moralitas bangsa, namun anehnya masih tampak bahwa sokongan terhadap hal seperti itu sangat kuat dari berbagai pihak. Menurut mereka, jika masyarakat secara luas menerima perbuatan seperti itu, berarti perbuatan tersebut sah-sah saja. Pandangan seperti sangat bertentangan dengan Islam, sebab dalam Islam, sebuah kebenaran tidak ditentukan oleh banyaknya orang yang melakukan atau mendukungnya. Tapi kebenaran dalam Islam terkait dengan ketentuan Ilahiyah dan ketetapan hukum. Secara normatif telah

dijelaskan konsep *fashion*, termasuk kaidah fiqih, diantaranya (Ilyas, 2016) :

- a. Menolak kemudharatan lebih utama daripada meraih kemaslahatan
- b. Menolak mafsadah didahulukan dari pada meraih maslahat

*Fashion* maka dipahami tatkala mendatangkan kemaslahatan maka dilihat dari segi syariah dibagi atas tiga ada yang wajib untuk dilaksanakan, ada yang sunnah dilaksanakan dan ada yang mubah dilaksanakan. Demikian pula konsep *fashion* dengan kemafsadatan, ada yang haram dan makruh untuk dilakukan, oleh karenanya hendaklah memilih *fashion* yang mampu mendatangkan kemaslahatan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan dan Febriaty (2018) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa semakin mewah dan hedonisme gaya hidup mahasiswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya jika menurunnya sikap mewah dan hedonisnya gaya hidup mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Hal yang sama juga ditemukan oleh penelitian Sutriati, dkk (2018) bahwa Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau. Sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien gaya hidup bertanda positif, karena diketahui  $t_{hitung} (10,196) > t_{tabel} (1,979)$  atau  $Sig. (0,000) < (0,05)$ . Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

Mengenai literasi Marganingsih dan Pelipa (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Hal ini dipertegas dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung} - 3,400 > t_{tabel} - 1,998$  (Two Tailed) pada  $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$  dan tingkat kesalahan ( $\alpha = 5\%$ ) atau signifikansi  $0.000 < 0.05$ . demikaian. Hal yang sama juga ditemukan oleh Solihat dan Anarsik (2018) dalam penelitian menyatakan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Artinya jika terjadi peningkatan literasi ekonomi maka semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa

Literasi ekonomi dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko baik secara



langsung maupun tidak langsung. Tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswi dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan gaya hidup mahsiswi. Jika literasi ekonomi rendah maka gaya hidup mahasiswi akan tinggi dan pola perilaku konsumtif mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko juga akan tinggi (Melina dan Wulandari, 2018). Hal yang sama juga ditemukan oleh Kanserina (2015) yang menyatakan bahwa secara bersamaan literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif.

**Tabel 2.1**  
**Matrik Persamaan dan Penelitian Terdahulu**

| No. | Judul/Peneliti                                                                                                 | Variabel Penelitian                                                                  | Peralatan Analisis Data | Persamaan Penelitian                                                                       | Perbedaan Penelitian                                                                                                                    |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Pulungan dan Febriaty, 2018). | Dependen : Perilaku konsumtif.<br><br>Independen : Literasi Keuangan dan Gaya hidup. | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. | Penelitian Pulungan dan Febriaty tidak memasukkan variabel literasi ekonomi, sedangkan penelitian memasukkan variabel literasi ekonomi. |
| 2.  | Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif                                                 | Dependen: Perilaku Konsumtif<br>Independen: Gaya hidup dan Pendapatan                | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. | Penelitian Sutriati,dkk menggunakan teknik analisis data deskriptif, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan                   |

**Tabel 2.1 Lanjutan**

| No. | Judul/Peneliti                                                                                                                         | Variabel Penelitian                                                | Peralatan Analisis Data | Persamaan Penelitian                                                                                       | Perbedaan Penelitian                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                                        |                                                                    |                         |                                                                                                            | teknik analisis data deskriptif.                                                                                                                                                                                                                            |
| 3.  | Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang (Marganingsih dan Pelipa, 2019)     | Dependen : Perilaku konsumtif<br><br>Independen : Literasi ekonomi | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi Ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. | Dalam penelitian Marganingsih dan Pelipa tidak ada variabel independen gaya hidup seperti dalam penelitian ini, dalam penelitian Marganingsih dan Pelipa metode kuantitatif dengan bentuk ekspos fakto. Sedangkan dalam penelitian ini tidak ada digunakan. |
| 4.  | Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi (Solihat dan Anarsik, | Dependen : Perilaku konsumtif<br><br>Independen : Literasi ekonomi | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa  | Dalam penelitian Solihat dan Anarsik hanya terdapat satu variabel independen yaitu literasi ekonomi, sedangkan dalam penelitian ini terdapat dua                                                                                                            |

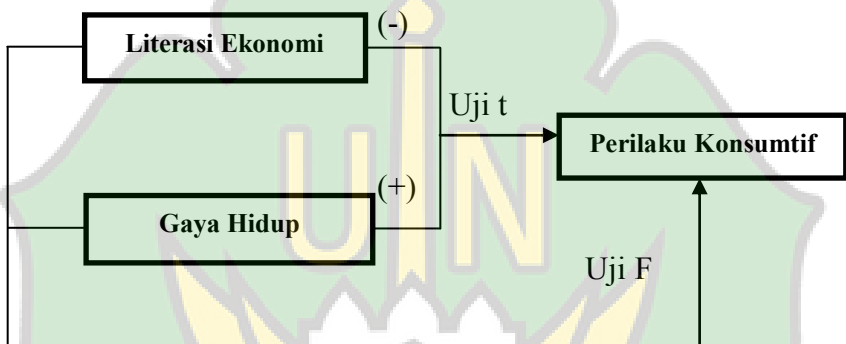
**Tabel 2.1 Lanjutan**

| No. | Judul/Peneliti                                                                                                                                  | Variabel Penelitian                                                               | Peralatan Analisis Data | Persamaan Penelitian                                                                                                      | Perbedaan Penelitian                                                                                                                                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | 2018)                                                                                                                                           |                                                                                   |                         |                                                                                                                           | variabel independen Yaitu gaya hidup dan literasi ekonomi.                                                                                                                                         |
| 5.  | Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Undiksha 2015 (Kanserina, 2015)Ekonomi        | Dependen : Perilaku konsumtif<br><br>Independen : Literasi ekonomi dan Gaya hidup | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. | Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian Kanserina adalah dengan menggunakan stratified sampling. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode proportionate random sampling |
| 6.  | Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko (Melina dan Wulandari, 2018) | Dependen : Perilaku konsumtif<br><br>Independen : Literasi ekonomi dan Gaya hidup | Regresi                 | Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. | -                                                                                                                                                                                                  |

## 2.6 Kerangka Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* maka kerangka penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



Dari kerangka pemikiran di atas untuk melihat bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* yaitu dengan menggunakan uji t (uji parsial) adalah uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh masing-masing variabel yaitu pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan uji F (uji simultan) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, temuan penelitian terkait dan kerangka penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

- H<sub>01</sub> : Literasi ekonomi tidak berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
- Ha<sub>1</sub> : Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
- H<sub>02</sub> : Gaya Hidup tidak berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
- Ha<sub>2</sub> : Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
- H<sub>03</sub> : Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi Syariah

FEBI UIN Ar-Raniry.

Ha<sub>3</sub> : Literasi ekonomi dan gaya hidup tidak berpengaruh positif terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion* mahasiswa ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Berdasarkan data dan analisis datanya, maka penelitian ini berisifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2010: 14). Penelitian ini diujikan berdasarkan teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan teknik analisisnya menggunakan alat statistik. Penelitian ini termasuk kedalam peneltian deskriptif regresional yang bertujuan untuk menemukan pengaruh dua variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, Jl. Lingkar Kampus, Darussalam, Kota Banda Aceh. Adapun alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai objek penelitian karena umumnya terjadi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa ekonomi Syariah. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada mahasiswa ekonomi Syariah mengaku sering berbelanja produk *fashion* mengikuti *trend fashion* yang *up to date*.

#### **3.3 Variabel Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif untuk

Produk *Fashion* Dalam Perfekstif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry” variabel penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah :

- a. Literasi ekonomi sebagai X1
  - b. Gaya hidup sebagai X2
2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif yang disimbolkan dengan huruf Y.

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Berdasarkan data yang diperoleh jumlah populasi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah terdiri dari angkatan 2014 sampai dengan 2019.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah**

| Tahun Angkatan | Jumlah Mahasiswa (Orang) |
|----------------|--------------------------|
| 2014           | 41                       |
| 2015           | 128                      |
| 2016           | 204                      |
| 2017           | 201                      |
| 2018           | 209                      |
| 2019           | 257                      |
| <b>Total</b>   | <b>1040</b>              |

Sumber: Prodi Ekonomi Syariah (2019)



Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Salah satu teknik pengambilan sampel dari *purposive sampling*. Menurut Yount (1999) apabila jumlah sampel kurang dari 100 maka sebaiknya diambil seluruhnya sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Berikut ini table penentuan besarnya sampel menurut Yount (1999):

**Tabel 3.2**  
**Penentuan Besarnya Sampel Menurut Yount (1999)**

| Besaran Populasi | Besaran Sampel |
|------------------|----------------|
| 0 – 100          | 100%           |
| 101 - 1.000      | 10%            |
| 1.001 – 5.000    | 5%             |
| 5001 – 10.000    | 3%             |
| > 10.000         | 1%             |

Jadi berdasarkan table diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak  $5\% \times 1.040 = 52$  orang.

3.5 Definisi Operasional

Tabel 3.3  
Defenisi Operasional Variabel Dan Indikator Variabel

| No . | Dimensi Penelitian | Defenisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Indikator Variabel                              | Kisi-Kisi Indikator                                                                  |
|------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Literasi Ekonomi   | Literasi ekonomi adalah kemampuan dalam menggunakan konsep dasar pengetahuan ekonomi dan berfikir kritis dalam mengambil keputusan ekonomi. Dengan maksud lain adalah bagaimana mahasiswa ekonomi syariah dalam memahami dan menguasai serta keterampilan akan pengetahuan mengenai konsep dasar ekonomi baik dalam lingkup yang kecil maupun dalam | 1) Kelangkaan dan sumber daya produksi.         | Mampu mengidentifikasi pilihan dengan baik apa yang harus dipilih dan tidak dipilih. |
|      |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2) Pengambilan keputusan dan analisis marginal. | Mampu mengambil keputusan yang efektif sebagai konsumen.                             |
|      |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 3) Sistem ekonomi dan mekanisme alokasi.        | Mampu mengidentifikasi pengalokasian barang dan jasa yang ketersediannya terbatas.   |
|      |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4) Insentif ekonomi : harga, gaji dan laba.     | Mampu memahami insentif yang mempengaruhi perilaku.                                  |
|      |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 5) Pasar dan harga                              | Mampu memahami pasar tempat bertemunya penjual dan pembeli yang membentuk harga.     |
|      |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 6) Permintaan dan penawaran.                    | Mampu mehmahami bagaimana system permintaan dan penawaran di                         |

**Tabel 3.3 Lanjutan**

| No | Variabel Penelitian | Defenisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                                                                | Indikator Variabel                                                        | Kisi-Kisi Indikator                                                                           |
|----|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                     | Lingkup besar. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan standar yang ditetapkan oleh NCEE sebanyak 20 indikator, namun dalam hanya menggunakan 8 indikator yang berhubungan dengan penelitian ini.                   |                                                                           | Pasar                                                                                         |
|    |                     |                                                                                                                                                                                                                                              | 7) Uang dan Inflasi                                                       | Mampu menjelaskan fungsi uang dalam aktifitas ekonomi                                         |
|    |                     |                                                                                                                                                                                                                                              | 8) Pengeluaran, pendapatan dan tingkat harga. (Stevani dan Gumanti, 2019) | Mampu menganalisa tingkat pendapatan menjelaskan bagaimana peran harga dipasar.               |
| 2. | Gaya Hidup          | Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam mengekspresikan dirinya, dimana kita bisa melihat gaya hidup ini berdasarkan aktivitas sehari-hari. Menurut Fudyartanta dalam (Kanserina, 2015) gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi | 1) Kegiatan/aktivitas ( <i>activity</i> ).                                | Apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. |
|    |                     |                                                                                                                                                                                                                                              | 2) Minat ( <i>Interest</i> )                                              | Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen.                                           |
|    |                     |                                                                                                                                                                                                                                              | 3) Opini ( <i>opinion</i> ) (Mandey, 2009:93)                             | Pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka                                |

**Tabel 3.3 Lanjutan**

| No. | Variabel Penelitian | Defenisi Operasional Variabel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Indikator Variabel                                | Kisi-Kisi Indikator                                                                                                        |
|-----|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                     | <p>perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang menjadi model utama. Sehingga seringkali mahasiswa mengikuti perilaku orang lain yang gaya hidupnya dan mengubah mengikuti <i>trend</i> terkini dipengaruhi faktor eksternal.</p> |                                                   | sendiri termasuk bagaimana pandangan mereka terhadap <i>life style</i> yang mereka lihat di kampus ataupun dimedia sosial. |
| 3.  | Perilaku Konsumtif  | Perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan mengkonsumsi barang atau jasa secara                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1) pembelian impulsif ( <i>impulsive buying</i> ) | Membeli suatu produk barang atau jasa tanpa terencana.                                                                     |

**Tabel 3.3 Lanjutan**

| No. | Variabel Penelitian | Defenisi Operasional Variabel                                                                  | Indikator Variabel                                    | Kisi-Kisi Indikator                                                   |
|-----|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|     |                     | berlebihan, dimana itdak didasarkan pada kebutuhan akan tetapi mengikuti hasrat dan keinginan. | 2) pemborosan ( <i>wasteful buying</i> )              | Melakukan pembelian barang atau didasarkan keinginan semata           |
|     |                     |                                                                                                | 3) mencari kesenangan ( <i>non rational buying</i> ). | Melakukan pembelian produk untuk mendapatkan kesenangan diri sendiri. |

**3.6 Teknik Pengumpulan Data**

**1. Angket/kuesioner**

Penelitian ini menggunakan angket langsung dan tertutup, yaitu angket yang menghendaki jawaban tentang diri responden dan jawaban dengan jawaban yang telah disediakan dan responden menjawab sesuai dengan apa yang dilakukanya. Angket yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa sebagai responden untuk memperoleh data tentang gaya hidup dan perilaku konsumtif untuk produk *fashion*.

**2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder berupa populasi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,UIN Ar-Raniry.

**3.7 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengukuran**

**3.7.1 Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan untuk mengungkap data dalam penelitian ini adalah angket. Data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka yaitu dengan penskoran. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Setuju, Setuju, Biasa Saja, Tidak Setuju Dan Sangat Tidak Setuju.

**3.7.2 Teknik Pengukuran**

Angket literasi ekonomi, gaya hidup dan perilaku konsumtif menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban: Sangat Setuju, Setuju, Biasa Saja, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju,. Pemberian skor untuk setiap jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan adalah sebagai berikut :

**Tabel. 3.4**  
**Skor Alternatif Jawaban**

| Alternatif Jawaban  | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat setuju       | 5    |
| Setuju              | 4    |
| Biasa saja          | 3    |
| Tidak setuju        | 2    |
| Sangat tidak setuju | 1    |

### 3.8 Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mendapat alat ukur yang valid dan realibel, penelitian ini menggunakan teknik on-shoot yaitu teknik uji coba instrumen penyebaran kusioner yang dilakukan sekali saja.

#### 3.8.1 Uji Validitas Angket

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur. validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diatur (Sugiyono, 2018:195). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria pengujian validitas adalah dengan membandingkan antara korelasi validitas ( $r$  hitung) dengan nilai  $r$  tabel *correlation product moment* dengan derajat kebebasan sebesar ( $df = n-2$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013:52). Jika :

- $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas Angket

Suatu instrumen dikatakan baik apabila instrumennya realibel, Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut ketika dipakai untuk mengukur suatu gejala yang sama dalam waktu yang berbeda akan menunjukkan hasil yang sama (Arikunto, 2013: 101). Rumus umum yang sering digunakan untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach Alpha. Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Jawaban kuisioner pada skala Likert mempunyai gradasi dari sangat tinggi sampai sangat rendah. *Cronbach Alpha* merupakan suatu koefisien reliabilitas yang mencerminkan seberapa baik item pada suatu rangkaian berhubungan secara positif satu dengan lainnya. Alpha Cronbach dihitung dalam Batasan interkorelasi rata-rata antara item yang mengukur konsep. Uji realibilitas instrument menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5%, jika  $r \text{ alpha} > 0,6$  maka instrumen tersebut dinyatakan *reliable*. Penghitungan dengan menggunakan program SPSS versi 24 (Koestoro, dan Basrowi, 2006:243).

### 3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan alat statistik yaitu SPSS sehingga mampu menggambarkan dan menjelaskan bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk Produk *fashion* di FEBI, UIN Ar-Raniry.



### 3.9.1 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat dengan menggunakan Uji Normal *Kolmogorov-smirnov* (Sujarweni, 2015: 52). Uji normalitas *kolmogorov-smirnov* bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian, berdistribusi normal atau tidak normal.

#### 2. Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan menyebabkan hubungan yang kuat. Selain itu, uji multikolenieritas digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolenieritas dilihat dari VIF, apabila nilai VIF yang dihasilkan 1-10 maka tidak terjadi multikolenieritas (Sujarweni, 2015: 185).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, yaitu dengan melihat nilai sig variabel independen dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila nilai sig lebih besar dari nilai  $\alpha$  (sig  $\alpha$ ) maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### 3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Variabel *independent* adalah variabel yang bebas atau yang mempengaruhi sedangkan variabel *dependent* adalah variabel tergantung atau terikat (Sujarweni, 2015: 144).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + \dots + e \dots\dots\dots (1)$$

Persamaan satu diatas ditransformasikan kedalam persamaan penelitian menjadi :

$$PK = a + b_1LE_1 + b_2GH_2 + e \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

a : Konstanta

PK : Perilaku Konsumtif

LE : Literasi Ekonomi

GH : Gaya Hidup

e : Error

### 3.9.3 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji t

Uji t adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi 0,05 dan hasil uji t bisa kita lihat dari perbandingan antara  $t$  (hitung) dan  $t$  (tabel). Berikut cara pengambilan keputusannya :

- a. Apabila  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka terima  $H_a$  atau tolak  $H_o$ , dan apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel maka tolak  $H_a$  atau terima  $H_o$ , dan apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Muhid, 2012 :58-59).

#### 2. Uji F

Adalah uji yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap dependen secara bersamaan (simultan). Dasar pengambilan keputusan uji F ini adalah jika

Fhitung lebih besar dari Ftabel maka  $H_0$  ditolak, namun sebaliknya apabila Fhitung lebih kecil dari Ftabel maka  $H_0$  diterima.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan sebagai tolak ukur seberapa jauh model regresi dalam menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Artinya uji koefisien determinasi bertujuan untuk menghitung seberapa besar perubahan variasi dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Nilai  $R^2$  adalah antara 0 sampai dengan 1. Nilai  $R^2$  – squares 0,75 menunjukkan model kuat, 0,50 menunjukkan model sedang, dan model 0,25 menunjukkan lemah (Latan dan Temalagi, 2013 :80). Jika  $R^2 = 0$ , maka tidak ada presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen. Atau variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Gambaran umum penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu kusioner dan gambaran umum prodi Ekonomi Syariah. Sedangkan kusioner penelitian terdiri dari dua bagian yaitu karakteristik responden dan daftar pertanyaan yang akan diuji akan dijelaskan secara terperinci dibawah ini.

#### **4.1.1 Gambaran Umum Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Prodi Ekonomi Syariah merupakan salah satu prodi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar Raniry Banda Aceh yang berdiri pada tahun 2014. Adapun visi, misi serta tujuan dari prodi ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Visi**

Menjadi pusat unggulan (*center of excellent*) dalam pengembangan ekonomi syaria'ah untuk melahirkan ekonom handal bertaraf nasional dan internasional 2030.

##### **b. Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan, pembelajaran dan pengembangan kurikulum ekonomi syariah secara teoritis dan praktis.

2. Menghasilkan sumber daya insan berkarakter Islami yang memiliki wawasan global, kompeten, kreatif dan inovatif.
3. Merancang dan mendorong kegiatan akademis dalam riset dan pengembangan ekonomi syariah.
4. Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam aplikasi dan kelembagaan ekonomi syariah.
5. Berpartisipasi aktif dalam advokasi dan sosialisasi ekonomi syariah.

### **c. Tujuan**

1. Mendidik mahasiswa mampu menjelaskan ekonomi syariah secara teori dan praktis.
2. Mendidik mahasiswa memiliki etika dan wawasan keislaman yang modern dan dinamis.
3. Mendidik mahasiswa untuk membangun tradisi riset dan mampu mengaplikasikannya untuk pengembangan keilmuan ekonomi syariah baik regional, nasional maupun internasional.
4. Mendidik mahasiswa memiliki relationship dan entrepreneurship dengan berbagai pihak.
5. Mendidik mahasiswa berfikir kritis dan memiliki tanggung jawab moral terhadap kebijakan ekonomi syariah dan pembangunan yang berimplikasi terhadap kesejahteraan dan perekonomian masyarakat.

### 4.1.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian adalah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Pada bagian karakteristik responden responden mengisi beberapa pertanyaan yang berkenaan dengan data pribadi yaitu nama, jurusan, angkatan tahun masuk universitas, pengeluaran perbulan dan pendapatan perbulan jika memiliki pendapatan pribadi.

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan**

| Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| Laki-laki     | 13             | 25             |
| Perempuan     | 39             | 75             |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>      | <b>100</b>     |

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 13 orang atau 25% dan perempuan berjumlah 39 orang atau 75%. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki.

#### b. Angkatan

Angkatan mahasiswa ekonomi syariah terdiri dari lima angkatan yaitu mulai dari tahun 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019. Dalam penelitian ini semua angkatan mengisi angket/kusioner penelitian dengan distribusi sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan**

| No.    | Tahun | Jumlah | Presentase (%) |
|--------|-------|--------|----------------|
| 1      | 2014  | 2      | 3,84           |
| 2      | 2015  | 3      | 5,76           |
| 3      | 2016  | 16     | 30,76          |
| 4      | 2017  | 18     | 34,61          |
| 5      | 2018  | 9      | 17,30          |
| 6      | 2019  | 4      | 7,69           |
| Jumlah | 52    | 100    |                |

Sumber Hasil Kusioner (2020)

Tabel berikut menunjukkan bahwa reponden yang berasal dari angkatan 2014 sebanyak 2 orang atau 3,84% sedangkan responden yang berasal dari angkatan 2015 sebanyak 3 orang atau 5,76%. Adapun responden yang berasal dari angkatan 2016 sebanyak 16 orang atau 30,76% ,kemudian responden dari angkatan 2017 sebanyak 18 orang atau 34,61%. Untuk angkatan 2018 berjumlah 9 orang atau 17,30% dan yang terakhir dari angkatan 2019 adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 7,69%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berasal dari angkatan 2017.

**c. Pendapatan**

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan**

| Jumlah Pendapatan/bulan     | Jumlah | Presentase (%) |
|-----------------------------|--------|----------------|
| Rp.0 - Rp.500.000           | 0      | 0              |
| Rp.500.000 - Rp.1.000.000   | 11     | 21,15          |
| Rp.1.000.000 -Rp.1.500.000  | 13     | 25             |
| Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000 | 19     | 36,53          |
| > 2.000.000                 | 9      | 1730           |
| Jumlah                      | 52     | 100%           |

Sumber hasil kusioner (2020)



Tabel berikut menunjukkan bahwa dari total 52 Pendapatan responden Rp.0 - Rp.500.000 sebanyak 30 orang atau 57,69%, Rp.500.000 - Rp.1.000.000 sebanyak 7 orang atau 13,46%, sedangkan Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000 sebanyak 5 orang atau 9,61%. Untuk Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000 sebanyak 8 orang atau 15,38%. Terakhir responden yang berpendapatan besar dari Rp.2.000.000 sebanyak 2 orang atau 3,84%.

**d. Pengeluaran**

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran**

| <b>Jumlah Pengeluaran/bulan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|---------------------------------|---------------|-----------------------|
| Rp.0 - Rp.500.000               | 3             | 5,76                  |
| Rp.500.000 - Rp.1.000.000       | 11            | 21,15                 |
| Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000     | 12            | 23,07                 |
| Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000     | 18            | 34,61                 |
| > 2.000.000                     | 8             | 15,38                 |
| <b>Jumlah</b>                   | <b>52</b>     | <b>100</b>            |

Sumber Hasil Kusioner (2020)

Tabel berikut menunjukkan bahwa pengeluaran responden Rp.0 - Rp.500.000 sebanyak 3 orang atau 5,76%, pengeluaran responden Rp.500.000 - Rp.1.000.000 sebanyak 9 orang atau 17,30%. Untuk pengeluaran Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000 sebanyak 14 orang atau 26,92% sedangkan Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000 sebanyak 18 orang atau 34,61% dan terakhir pengeluaran besar dari Rp.2.000.000 sebanyak 8 orang atau 15,38%. Dapat kita simpulkan bahwa pengeluaran terbanyak responden adalah Rp.1.500.000 - Rp.2.000.000.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefenisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, dimana  $df = n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan perhitungan statistik terlebih dahulu pada 52 responden sehingga  $r$  tabel diperoleh dari  $N = 52$  dan  $df = n-2 = 50$  adalah  $r = 0.2732$ . Adapun hasil output uji validitas dengan menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1) Uji Validitas Literasi Ekonomi (X<sub>1</sub>)

Tabel 4.5

Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub> (Literasi Ekonomi)

| Item Pertanyaan | Nilai r tabel | nilai r hitung | Kesimpulan |
|-----------------|---------------|----------------|------------|
| Item1           | 0,2732        | 0,512          | Valid      |
| Item2           | 0,2732        | 0,651          | Valid      |
| Item3           | 0,2732        | 0,614          | Valid      |
| Item4           | 0,2732        | 0,533          | Valid      |
| Item5           | 0,2732        | 0,777          | Valid      |
| Item6           | 0,2732        | 0,603          | Valid      |
| Item7           | 0,2732        | 0,465          | Valid      |
| Item8           | 0,2732        | 0,689          | Valid      |
| Item9           | 0,2732        | 0,495          | Valid      |
| Item10          | 0,2732        | 0,758          | Valid      |
| Item11          | 0,2732        | 0,707          | Valid      |
| Item12          | 0,2732        | 0,667          | Valid      |
| Item13          | 0,2732        | 0,541          | Valid      |

Sumber: Data diolah dari Responden Mei (2020)

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item pertanyaan variabel X1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,2732.

2) Uji Validitas Gaya Hidup (X2)

**Tabel 4.6**  
**Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Gaya Hidup)**

| Item Pertanyaan | Nilai r tabel | nilai r hitung | Kesimpulan |
|-----------------|---------------|----------------|------------|
| Item1           | 0,2732        | 0,758          | Valid      |
| Item2           | 0,2732        | 0,750          | Valid      |
| Item3           | 0,2732        | 0,693          | Valid      |
| Item4           | 0,2732        | 0,729          | Valid      |
| Item5           | 0,2732        | 0,613          | Valid      |
| Item6           | 0,2732        | 0,743          | Valid      |
| Item7           | 0,2732        | 0,851          | Valid      |
| Item8           | 0,2732        | 0,804          | Valid      |
| Item9           | 0,2732        | 0,727          | Valid      |
| Item10          | 0,2732        | 0,671          | Valid      |
| Item11          | 0,2732        | 0,709          | Valid      |
| Item12          | 0,2732        | 0,712          | Valid      |
| Item13          | 0,2732        | 0,753          | Valid      |
| Item14          | 0,2732        | 0,600          | Valid      |
| Item15          | 0,2732        | 0,574          | Valid      |
| Item16          | 0,2732        | 0,544          | Valid      |
| Item17          | 0,2732        | 0,665          | Valid      |
| Item18          | 0,2732        | 0,729          | Valid      |

Sumber: Data diolah dari Responden Mei (2020)

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pertanyaan variabel X2 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,2732.

### 3) Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

**Tabel 4.7**

#### **Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)**

| Item Pertanyaan | Nilai r tabel | nilai r hitung | Kesimpulan |
|-----------------|---------------|----------------|------------|
| Item1           | 0,2732        | 0,596          | Valid      |
| Item2           | 0,2732        | 0,683          | Valid      |
| Item3           | 0,2732        | 0,589          | Valid      |
| Item4           | 0,2732        | 0,657          | Valid      |
| Item5           | 0,2732        | 0,585          | Valid      |
| Item6           | 0,2732        | 0,820          | Valid      |
| Item7           | 0,2732        | 0,769          | Valid      |
| Item8           | 0,2732        | 0,783          | Valid      |
| Item9           | 0,2732        | 0,753          | Valid      |
| Item10          | 0,2732        | 0,684          | Valid      |
| Item11          | 0,2732        | 0,643          | Valid      |
| Item12          | 0,2732        | 0,701          | Valid      |
| Item13          | 0,2732        | 0,765          | Valid      |
| Item14          | 0,2732        | 0,760          | Valid      |
| Item15          | 0,2732        | 0,822          | Valid      |
| Item16          | 0,2732        | 0,629          | Valid      |
| Item17          | 0,2732        | 0,680          | Valid      |

Sumber: Data diolah dari Responden Mei (2020)

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pertanyaan variabel Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,2732.

### 2. Uji Reabilitas

Uji Realibilitas Instrumen yang reliabel adalah instrumen yangbila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai alphacronbach, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan. Untuk mengetahui hal tersebut, maka akan

dilakukan perhitungan stastik terdahulu dengan menggunakan program SPSS 25. Adapun hasil output uji reabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.8**  
**Ringkasan Hasil Uji Reabilitas**

| Variabel | Cronbach Alpha | N item | Keterangan |
|----------|----------------|--------|------------|
| X1       | 0,859          | 13     | Realibel   |
| X2       | 0,938          | 18     | Realibel   |
| Y        | 0,936          | 17     | Realibel   |

Sumber: Data diolah dari Responden Mei (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang diujikan memiliki reabilitas yang baik.

#### 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik harus dipenuhi pada analisis berganda dalam hal inipenulis mengambil sistem pengolahan data menggunakan SPSS 25 untuk mengelola data. Adapun uji asumsi klasiknya sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  (Ghozali, 2013: 160). Hasil analisis terhadap asumsi normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual dari persamaan regresi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                        |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 52                      |
| Normal<br>Parameters <sup>a,b</sup>    | Mean           | ,0000000                |
|                                        | Std. Deviation | 6,42323118              |
| Most<br>Extreme<br>Differences         | Absolute       | ,109                    |
|                                        | Positive       | ,109                    |
|                                        | Negative       | -,067                   |
| Test Statistic                         |                | ,109                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | ,173 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

Sumber : Data diolah dari responden Mei (2020)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menggunakan metode one sample kolmogrof smirnov menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel independen dan variabel dependen pada jumlah sampel (N) sebesar 52 adalah 0,173. Berarti data dari penelitian ini berdistribusi normal karena nilai residualnya lebih besar dari signifikasi 0,05 atau  $0,173 > 0,05$ , sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas yang akan digunakan dalam persamaan regresi. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang tinggi, maka hal ini merupakanindikasi adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat *tolerance value* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jikavariance Inflation Faktor (VIF) yang dihasilkan kurang dari 10 dan nilai Tolerance  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi multikolenieritas.

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinearitas**

| Variabel         | Tolerance | VIF   |
|------------------|-----------|-------|
| Constant         |           |       |
| Literasi Ekonomi | 0,825     | 1,212 |
| Gaya Hidup       | 0,825     | 1,212 |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diteliti tidak terjadi multikolenieritas karena nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) yang dihasilkan kurang dari 10 yaitu  $X_1$  sebesar 1,212 dan  $X_2$  sebesar 1,212. Untuk nilai *tolerance* yang dihasilkan juga  $> 0.10$  yaitu  $X_1$  sebesar 0,825 dan  $X_2$  sebesar 0,825.

## 3. Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedasitas diuji dengan menggunakan kolerasi *Rank Spearman* yaitu mengkolerasikan antara absolut residual hasil regresi semua variabel bebas. Bila singfikansi hasil kolerasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedasitas dan sebaliknya non heteroskedasitas atau homoskedasitas (Sunyoto, 2009:88).

**Tabel 4.11**  
**Uji Heterokedasitas**

| Variabel         | Signifikansi | Nilai Unstandardized Residual |
|------------------|--------------|-------------------------------|
| Literasi Ekonomi | 0,05         | 0,874                         |
| Gaya Hidup       | 0,05         | 0,532                         |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Tabel berikut menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedasitas pada model regresi , sehingga model regresi layak untuk memprediksi perilaku konsumtif oleh mahasiswa ekonomi syariah berdasarkan masukan variabel independen literasi ekonomi dan gaya hidup.



4.2.3 Gambaran Distribusi Jawaban Responden

a. Variabel X<sub>1</sub> (Literasi Ekonomi)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel X<sub>1</sub> (Literasi Ekonomi) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X<sub>1</sub>**  
**(Literasi Ekonomi)**

| Item<br>Pertanyaan | SS |       | S  |       | BS |       | TS |      | STS |   | Mean        |
|--------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|---|-------------|
|                    | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %    | F   | % |             |
| Item1              | 26 | 50    | 24 | 46,15 | 2  | 3,84  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,46        |
| Item 2             | 21 | 40,38 | 29 | 55,76 | 2  | 3,84  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,36        |
| Item 3             | 28 | 53,84 | 18 | 34,61 | 6  | 11,63 | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,42        |
| Item 4             | 29 | 55,76 | 19 | 36,53 | 4  | 7,69  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,48        |
| Item 5             | 28 | 53,84 | 17 | 33,33 | 6  | 11,63 | 1  | 1,92 | 0   | 0 | 4,38        |
| Item 6             | 26 | 50    | 23 | 44,23 | 3  | 5,76  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,00        |
| Item 7             | 16 | 30,76 | 24 | 46,15 | 7  | 13,46 | 5  | 9,61 | 0   | 0 | 3,98        |
| Item 8             | 19 | 36,53 | 27 | 51,92 | 5  | 9,61  | 1  | 1,92 | 0   | 0 | 4,23        |
| Item 9             | 27 | 51,92 | 20 | 38,46 | 5  | 9,61  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,42        |
| Item 10            | 29 | 55,76 | 18 | 33,33 | 4  | 7,69  | 1  | 1,92 | 0   | 0 | 4,44        |
| Item 11            | 32 | 61,53 | 17 | 32,69 | 3  | 5,76  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,55        |
| Item 12            | 25 | 48,07 | 22 | 42,30 | 5  | 9,61  | 0  | 0    | 0   | 0 | 4,38        |
| Item 13            | 25 | 48,07 | 20 | 38,46 | 6  | 11,63 | 1  | 1,92 | 0   | 0 | 4,32        |
|                    |    |       |    |       |    |       |    |      |     |   | <b>4,34</b> |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Berdasarkan tabel 4.12 tingkat literasi mahasiswa ekonomi syariah rata-rata sebesar 4,34 dapat dikategorikan baik. Dari 13 item pertanyaan untuk literasi ekonomi adapun nilai rata-rata (mean) tertinggi yaitu sebesar 4,55 pada item 11 sedangkan nilai terendah rata-rata (mean) yaitu sebesar 3,98 pada item 7.

b. Variabel X<sub>2</sub> (Gaya Hidup)

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X<sub>2</sub>**  
**(Gaya Hidup)**

| Item<br>Pertany<br>aan | SS |       | S  |       | BS |       | TS |       | STS |       | Mean        |
|------------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|-------|-------------|
|                        | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F   | %     |             |
| Item1                  | 26 | 50    | 8  | 15,38 | 5  | 9,61  | 13 | 25    | 0   | 0     | 3.90        |
| Item 2                 | 10 | 19,23 | 22 | 42,30 | 9  | 17,30 | 8  | 15,38 | 3   | 5,76  | 3.53        |
| Item 3                 | 16 | 30,76 | 10 | 19,23 | 8  | 15,38 | 12 | 23,07 | 6   | 11,53 | 3.34        |
| Item 4                 | 16 | 30,76 | 19 | 36,53 | 13 | 25    | 4  | 7,69  | 0   | 0     | 3.90        |
| Item 5                 | 21 | 40,38 | 14 | 26,92 | 9  | 17,30 | 8  | 15,38 | 0   | 0     | 3.92        |
| Item 6                 | 18 | 34,61 | 13 | 25    | 15 | 28,84 | 6  | 11,53 | 0   | 0     | 3.82        |
| Item 7                 | 16 | 30,76 | 17 | 32,69 | 11 | 21,15 | 8  | 15,38 | 0   | 0     | 3.78        |
| Item 8                 | 14 | 26,92 | 21 | 40,38 | 11 | 21,15 | 6  | 11,53 | 0   | 0     | 3.82        |
| Item 9                 | 8  | 15,38 | 27 | 51,92 | 9  | 17,30 | 8  | 15,38 | 0   | 0     | 3.67        |
| Item 10                | 11 | 21,15 | 18 | 34,61 | 19 | 36,53 | 4  | 7,69  | 0   | 0     | 3.69        |
| Item 11                | 18 | 34,61 | 13 | 25    | 15 | 28,84 | 6  | 11,53 | 0   | 0     | 3.82        |
| Item 12                | 8  | 15,38 | 17 | 32,69 | 17 | 32,69 | 10 | 19,23 | 0   | 0     | 3.44        |
| Item 13                | 27 | 51,92 | 14 | 26,92 | 7  | 13,46 | 4  | 7,69  | 0   | 0     | 4.23        |
| Item14                 | 15 | 28,84 | 24 | 46,15 | 13 | 25    | 0  | 0     | 0   | 0     | 4.03        |
| Item15                 | 25 | 48,07 | 20 | 38,46 | 7  | 13,46 | 0  | 0     | 0   | 0     | 4.34        |
| Item16                 | 18 | 34,61 | 25 | 48,07 | 9  | 17,30 | 0  | 0     | 0   | 0     | 4.17        |
| Item17                 | 15 | 28,84 | 22 | 42,30 | 11 | 21,15 | 4  | 7,69  | 0   | 0     | 3.92        |
| Item18                 | 12 | 23,07 | 21 | 40,38 | 10 | 19,23 | 9  | 17,30 | 0   | 0     | 3.69        |
|                        |    |       |    |       |    |       |    |       |     |       | <b>3,83</b> |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 tingkat gaya hidup mahasiswa ekonomi syariah rata-rata sebesar 3,83 dapat dikategorikan baik. Dari 18 item pertanyaan untuk gaya hidup adapun nilai rata-rata (mean) tertinggi yaitu sebesar 4,34 pada item 15 sedangkan nilai terendah rata-rata (mean) yaitu sebesar 3,34 pada item 3.

c. Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

**Tabel 4.14**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan**  
**Variabel Y(Perilaku Konsumtif)**

| Item<br>Pertanyaan | SS |       | S  |       | BS |       | TS |       | STS |      | Mean        |
|--------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|------|-------------|
|                    | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F   | %    |             |
| Item1              | 25 | 48,07 | 18 | 34,61 | 6  | 11,53 | 3  | 5,76  | 0   | 0    | 4,25        |
| Item 2             | 16 | 30,76 | 23 | 44,23 | 8  | 15,38 | 5  | 9,61  | 0   | 0    | 3,96        |
| Item 3             | 12 | 23,07 | 26 | 50    | 12 | 23,03 | 2  | 3,84  | 0   | 0    | 3,92        |
| Item 4             | 13 | 25    | 17 | 32,69 | 17 | 32,69 | 5  | 9,61  | 0   | 0    | 3,73        |
| Item 5             | 21 | 40,38 | 4  | 7,69  | 4  | 7,69  | 0  | 0     | 0   | 0    | 4,32        |
| Item 6             | 14 | 26,92 | 8  | 15,38 | 8  | 15,38 | 11 | 21,15 | 0   | 0    | 3,69        |
| Item 7             | 15 | 28,84 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 8  | 15,38 | 0   | 0    | 3,84        |
| Item 8             | 14 | 26,92 | 13 | 25    | 13 | 25    | 6  | 11,53 | 1   | 1,92 | 3,73        |
| Item 9             | 24 | 46,15 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 1   | 1,92 | 4,00        |
| Item 10            | 15 | 28,84 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 2   | 3,84 | 3,76        |
| Item 11            | 14 | 26,92 | 9  | 17,30 | 9  | 17,30 | 9  | 17,30 | 0   | 0    | 3,75        |
| Item 12            | 16 | 30,76 | 8  | 15,38 | 8  | 30,76 | 7  | 13,46 | 0   | 0    | 3,88        |
| Item 13            | 14 | 26,92 | 8  | 15,38 | 8  | 30,76 | 12 | 23,07 | 1   | 1,92 | 3,59        |
| Item14             | 16 | 30,76 | 4  | 7,69  | 4  | 7,69  | 14 | 26,92 | 0   | 0    | 3,69        |
| Item15             | 15 | 28,84 | 9  | 17,30 | 9  | 17,30 | 9  | 17,30 | 0   | 0    | 3,76        |
| Item16             | 16 | 30,76 | 7  | 13,46 | 7  | 13,46 | 8  | 15,38 | 0   | 0    | 3,86        |
| Item17             | 25 | 48,07 | 2  | 3,84  | 2  | 3,84  | 4  | 7,69  | 0   | 0    | 4,28        |
|                    |    |       |    |       |    |       |    |       |     |      | <b>3,88</b> |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 tingkat perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah rata-rata sebesar 3,88 dapat dikategorikan tinggi. Dari 17 item pertanyaan untuk perilaku konsumtif adapun nilai rata-rata (mean) tertinggi yaitu sebesar 3,88 pada item 12 sedangkan nilai terendah rata-rata (mean) yaitu sebesar 3,59 pada item 13.

4.2.4 Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linear berganda berfungsi untuk menjawab analisis, pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

**Tabel 4.15**  
**Analisis Pengaruh Antar Variabel**

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
|                           |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| Model                     |                  |                             |            |                           | Sig.  |
| 1                         | (Constant)       | -,459                       | 9,663      |                           | -,047 |
|                           | Literasi Ekonomi | ,247                        | ,185       | ,112                      | 1,336 |
|                           | Gaya Hidup       | ,768                        | ,081       | ,793                      | 9,450 |

a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Persamaan regresi linear berganda yang didapatkan dari hasil perhitungan dengan SPSS#25 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$= -0,459 + 0,247 + 0,768 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Konstanta sebesar -0,459 yang menunjukkan besaran perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah sebesar -

0,459 apabila variabel literasi ekonomi dan gaya hidup adalah nol ( $X=0$ ).

- b) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi ( $X_1$ ) yaitu  $b= 0,247$  menunjukkan bahwa apabila literasi ekonomi mengalami peningkatan 1% maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 24,7% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
  - c) Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel gaya hidup ( $X_2$ ) yaitu  $b= 0,768$  menunjukkan bahwa apabila gaya hidup mengalami peningkatan 1% maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 76,8 % dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
- b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengukur besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil  $R^2$  dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 16**  
**Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )**

| Model Summary                                           |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                       | ,846 <sup>a</sup> | ,715     | ,704              | 6,553                      |
| a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Ekonomi |                   |          |                   |                            |

Sumber : data diolah pada Mei 2020

Berdasarkan tabel diatas pada penelitian ini peroleh nilai *Adjusted*  $R^2$  sebesar 0,715. Hal ini menunjukan bahwa perilaku

konsumtif dipengaruhi oleh variabel literasi ekonomi dan gaya hidup sebesar 71,5% sedangkan sisanya sebesar 28,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Tabel berikut merupakan hasil Uji F.

**Tabel 4.17**  
**Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup>                                      |            |                |    |             |        |                   |
|---------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                   |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                       | Regression | 5289,539       | 2  | 2644,770    | 61,589 | ,000 <sup>b</sup> |
|                                                         | Residual   | 2104,153       | 49 | 42,942      |        |                   |
|                                                         | Total      | 7393,692       | 51 |             |        |                   |
| a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif               |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Ekonomi |            |                |    |             |        |                   |

Sumber: Data diolah pada Mei (2020)

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai  $F_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 61,589 sedangkan pada  $F_{tabel}$  diperoleh nilai dari dfl (jumlah variabel – 1) atau  $2 - 1 = 1$  dan df 2 (n-k) atau  $50 - 2 = 48$  pada tabel F yang menghasilkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 4,03 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} >$

$F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 61,589 > 4,03$ . Sehingga dapat disimpulkan berarti kedua variabel yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

d. Uji Parsial (T)

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat pada tabel.

**Tabel 4.18**  
**Uji Parsial (Uji T)**

| Variabel Koefisien | Regr esi (b) | T <sub>hitung</sub> | T <sub>Tabel</sub> | Sig   | Kesimpulan       |
|--------------------|--------------|---------------------|--------------------|-------|------------------|
| Literasi Ekonomi   | 0,247        | 1,336               | 2,009              | 0,188 | Tidak signifikan |
| Gaya Hidup         | 0,768        | 9,450               | 2,009              | 0,000 | Signifikan       |

Sumber: Data diolah pada Mei 2020

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima, terlebih dahulu menentukan  $T_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $5\% : 2 = 2.5\%$  (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df)  $n - k$  atau  $52 - 2 = 98$ .

Penjelasan untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

a) Literasi Ekonomi

Hasil statistik uji t untuk variabel Literasi Ekonomi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,336 dan  $t_{tabel}$  2,009 ( $df = 50$ ) dengan tingkat signifikan 0,188 karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,336 < 2,009$ ), signifikan lebih besar dari 0,05 ( $0,188 > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,247 maka hipotesis yang menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh ditolak.

b) Gaya Hidup

Hasil statistik uji t untuk variabel Gaya Hidup diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,450 dan  $t_{tabel}$  2,009 ( $df = 50$ ) dengan tingkat signifikan 0,00 karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,450 > 2,009$ ), signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,768 maka hipotesis yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh diterima.



### **4.3 Pembahasan Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry).**

- a) Pengaruh Literasi Ekonomi ( $X_1$ ) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Literasi dalam dimensi Al-Qur'an tidak terlepas dari wahyu pertama yang diberikan Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW yaitu surat Al-Alaq ayat "Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan" (Q.S. Al-'Alaq:1) yang bermakna bahwa perintah tentang literasi telah ada pada sejarah Islam yang langsung Allah SWT turunkan kepada Nabi Muhammad SAW melalui Malaikat Jibril. Perintah literasi bukan hanya sekedar membaca namun juga bagaimana kemudian dari membaca itu akan mejadi sebuah pemahaman yang mana kemudian di implementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW yang mendapat julukan sebagai "Uswatun Hasanah" atau suri teladan yang baik bagi umatnya patut dicontoh bagaimana ia mengamalkan firman Allah dalam Al-Qur'an pada seluruh aspek kehidupannya yang tidak terbatas pada ibadah saja tetapi juga pada aspek kehidupan lainnya termasuk aktivitas ekonomi. Dengan semakin tingginya tingkat literasi ekonomi seseorang diaharapkan ia lebih rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip

konsumsi dalam Islam. Dan berpedoman pada etika konsumsi Islam seperti keadilan, kesederhanaan, kebersihan, tidak melakukan kemubadziran dan tidak berlebih-lebihan (*israf*). Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Araaf

يَبْنَى ءَآءَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ كُلُوا  
وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya : *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*. (Al-Araaf [7] :31).

Kedelapan indikator literasi ekonomi sesuai dengan perspektif Islam dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang diujikan kepada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil Uji Hipotesis menunjukkan bahwa literasi ekonomi ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yaitu  $t_{hitung}$  ( $1,336$ ) <  $t_{tabel}$  ( $2,009$ ) dengan nilai ( $Sig$   $0,188 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel independen yaitu ( $X_1$ ) perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu (Y) perilaku konsumtif. Adanya pengaruh yang tidak signifikan dari literasi ekonomi terhadap keputusan perilaku konsumtif oleh mahasiswa ini juga didukung dengan tingginya tingkat perilaku konsumtif yaitu dengan mean (rata-rata) 3,88 dengan kategori tinggi. hal yang sama juga ditemukan oleh Puryasari (2019) bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Tulungagung.

Adapun nilai uji f (simultan) yaitu nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 61,589 > 4,03$  secara simultan variabel literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.

b) Pengaruh Gaya Hidup dengan Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Secara umum Gaya hidup atau juga disebut *Life style* merupakan gambaran tingkah laku seseorang, pola atau cara hidup yang akan ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat atau ketertarikan serta apa yang mereka akan pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga dapat membedakan statusnya dari orang lain. Sedangkan dalam Dalam pandangan Islam gaya hidup tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, pertama gaya hidup Islami dan kedua gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu

tauhid, jadi apa yang dilakukan manusia dimuka bumi bukan untu mencari kesenangan semata melain untuk amal ibadah dalam segala bentuk perbuatannya. Dalam Hal *fashion* Rasulullah mempunyai kebiasaan hidup yang sederhana dan tidak berlebihan. Dengan gaya hidup Islami akan mampu menghindari seseorang dari perilaku konsumtif. Ketiga indikator gaya hidup sesuai dengan perspektif Islam dapat mempengaruhi perilaku konsumtif terhadap produk *fashion*. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang diujikan kepada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil Uji Hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yaitu  $t_{hitung} (9,450) > t_{tabel} (2,009)$  dengan nilai (Sig 0,00<0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu ( $X_2$ ) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu (Y) keputusan pembelian jilbab. Hal ini sejalan dengan mayoritas jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa gaya hidup mampu mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh puryasari (2019) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Tulungagung.

Sesuai dengan pendapat Rangkuti (2017: 187) yang menyatakan bahwa mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan melainkan oleh lingkungan atau orang yang menjadi model utama yang menyebabkan mereka berperilaku konsumtif untuk produk *fashion*.

Adapun nilai uji  $f$  (simultan) yaitu nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 61,589 > 4,03$  secara simultan variabel literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* (studi terhadap mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh menurut perspektif Ekonomi Syariah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji F, yaitu  $F_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 61,589 dan  $F_{tabel}$  sebesar 4,03 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 61,589 > 4,03$ . Sehingga dapat disimpulkan berarti kedua variabel yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) yaitu  $t_{hitung} (1,336) < t_{tabel} (2,009)$  dengan nilai (Sig 0,188 > 0,05) bahwa Variabel literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Sedangkan Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji t (parsial) yaitu  $t_{hitung} (9,450) > t_{tabel} (2,009)$  dengan nilai (Sig 0,00<0,05).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, adapun saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam kegiatan mengajarnya maupun dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan sampel yang lebih besar, metode analisis yang berbeda dan menambah variabel-variabel yang berkenaan dengan literasi ekonomi, gaya hidup dan perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Syariah.
2. Bagi mahasiswa diharapkan untuk selalu meningkatkan dan memperdalam literasi ekonomi sesuai dengan konsep ekonomi syariah sehingga bisa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Juga sangat diharapkan untuk mahasiswa menyesuaikan gaya hidup sesuai dengan kebutuhan yang sangat diperlukan dan jangan sampai melakukan pemborosan hanya untuk memenuhi dan mengikuti tren gaya hidup kekinian. Dan harus patuh pada

aturan yang telah Allah tetapkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah.





## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

- Afrina, D. dan Achiria, S. (2018). Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (1) 23-38.
- Meilia, W., Mintarti, S. U. dan Utomo, S. H. (2015). Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Literacy terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 3 (1) 78-84.
- Arifin, E. dan Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX* , 5 (1) 124 – 143.
- Arikunto, S. (2013). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3 (2) 49-58.
- Chapra, U.(2001). *Masa Depan Ilmu Ekonomi*. Jakarta, Gema Insani Press.
- Deliarnov. (2006). *Ekonomi Politik*. Jakarta, Erlangga.
- Deliarnov. (2015). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

- Departemen Pendidikan Nasional. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta, Balai Pustaka.
- Fransisca dan Suyasa, P.T.Y.S. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7 (2)172-199.
- Furqon, I. K. (2018). Teori Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syari'ah* 6, (1) 1-17.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibullah, E. S. (2017). Etika Konsumsi dalam Islam. *Ad-Deenar Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1) 90-102.
- Halwani, H. (2005). *Ekonomi Internasional Dan Globalisasi Ekonomi*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Hendariningrum, R. dan Susilo, M. E. (2008). *Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (2) 25-32.
- Ilyas, M. (2016). Memaknai *Fashion* dalam Hukum Islam. *Al-Daulah*, 5 (1) 133-143.
- Indrawan, R. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung, Replika Aditama.
- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

- Jappelli, T. (2009). *Economic Literacy: An International Comparison*. CFS Working Paper. No. 238.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa *Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5 (1) 1-10.
- Koestoro, B., dan Basrowi. (2006). *Strategi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Surabaya: Yayasan Kampusina.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Milenium. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Latan, H dan Temalagi, S. (2013) *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi menggunakan program IBM SPSS 20.0*. Bandung, Alfabeta.
- Lili, A. W. (2008). Menata Produk. Makalah, Pendidikan dan Latihan Profesi Guru (PLPG) Bidang Keahlian Manajemen Bisnis. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Lifestyle (AIO), Consumer Buying Decision* 6 (1), 92-100.
- Marganingsih, A. Dan Pelipa E. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4 (1) 36-46.

- Mannan, A. (2012) Hukum Ekonomi Syari'ah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Melina, A dan Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Stkip Ypm Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2 (1) 141-152.
- Muhid, A. (2012). *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Statistik dengan SPSS for Windows*. Sidoarjo, Zifatma.
- Murniatiningsih, E. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri 28 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. 5(1), 127-156.
- Nopirin (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*. Yogyakarta, BPFE.
- Pandey, C. & Bhattacharya. (2012). Economic Literacy of Senior Secondary School Teachers: A Field Study. *Journal of All India Association for Educational Research*.(24 )1.
- Pranyoto, E. dan Siregar, N. Y. (2015). Literasi Ekonomi, hubungan Pertemanan, Sikap, Norma Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Masyarakat Lampung Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5 (1)196-216.
- Pulungan, D. R. Dan Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 2 (3) 103-110.

- Rangkuti, P. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta, PT. Garmedia Pustaka Utama.
- Risnawati, Mintarti W, S. U dan Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 3 (4) 430-436
- Savitrie. D. (2008). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswa FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a)*. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Shihab, M. Q. (2006). *Tafsir al - Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al - Quran Cet. Ke-6*. Jakarta, Lentera Hati.
- Sina. P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8 (2)135-143.
- Solihat,A.N. dan Arnasik, S. (2008).Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2 (1) 1-13.
- Stevani dan Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9 (1) 11-16.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2015). *SPPS untuk Penelitian*. Yogyakarta, Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2015). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta , PT. Radja Grafindo Persada.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung, Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemaasaran*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Suryani, M. dan Achira, S. (2019). Gaya Hidup Hedoinisme dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam, *Al-Intaj* 5 (2) 238-250.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutriati, Kartikowati, S. dan Riadi, RM. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fkip Universitas Riau. *JOM FKIP*, 5 (1) 1-10.
- Thohir, M., Soesatio, Y. dan Harti. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Percaya Diri Terhadap Minat Wirausaha Siswa SMP Negeri Di Kecamatan Tenggililing Mejoyo Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahawan*, 4 (2) 149-160.

- Trisnawati, T. Y. (2011). *Fashion* Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *The Messenger*, 3 (1) 36 - 47.
- Ulfah, R., Ratnamulyani IA dan Fitriah, M. (2016). Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri. *Jurnal Komunikatio*, 2 (1) 1-13.
- Wibowo, S. dan Supriadi. D. ( 2017). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung, CV Pustaka Setia.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kusioner Penelitian

#### A. Identitas Responden

Sebelum menjawab, isilah identitas Saudara/i pada tempat yang telah disediakan di bawah ini dengan jawaban yang mahasiswa/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku.

1. Nama
2. Jenis Kelamin
3. Jurusan
4. Angkatan
5. Pendapatan/bulan
6. Pengeluaran/bulan

Catatan: Identitas responden tidak akan saya publikasikan, pencantuman nama semata-mata hanya upaya penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan secara akademis. Terima kasih.

#### B. Petunjuk Pengisian

Mohon pernyataan di bawah ini dijawab dengan memilih jawaban yang telah disediakan dan memberi tanda cek (√) pada salah satu jawaban yang sudah tersedia sesuai dengan yang sebenarnya. Ketentuan penomoran pilihan adalah sebagai berikut:



1. SS : Sangat setuju
2. S : Setuju
3. BS : Biasa Saja
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

**a. Variabel Literasi Ekonomi (X1)**

| <b>Daftar Pertanyaan</b>                                                                                                                         | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>BS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Saya selalu membuat perencanaan sebelum memutuskan membeli sesuatu.                                                                              |           |          |           |           |            |
| Saya membeli produk fashion berdasarkan kebutuhan saya.                                                                                          |           |          |           |           |            |
| Saya berpiki berulang-ulang sebelum memutuskan membeli sesuatu.                                                                                  |           |          |           |           |            |
| Sebelum membeli produk fashion saya menanyakan harga terlebih dahulu.                                                                            |           |          |           |           |            |
| Harga menjadi pertimbangan saya sebelum saya memutuskan membeli produk fashion                                                                   |           |          |           |           |            |
| Saya mempertimbangkan pendapatan yang saya terima ketika saya ingin membeli produk fashion.                                                      |           |          |           |           |            |
| Saya akan pergi ke pusat perbelanjaan jika saya mau membeli produk fashion.                                                                      |           |          |           |           |            |
| Saya membatasi keinginan untuk melakukan pembelian terhadap produk fashion.                                                                      |           |          |           |           |            |
| Saya tidak akan membeli produk fashion ketika dana yang tersedia terbatas.                                                                       |           |          |           |           |            |
| Saya bertindak ekonomi dalam semua aspek keuangan saya, seperti bersikap hemat, menentukan skala prioritas, bertindak rasional dalam pengeluaran |           |          |           |           |            |

*Lanjutan*

| <b>Daftar Pertanyaan</b>                                                                                     | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>BS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| uang saya                                                                                                    |           |          |           |           |            |
| Saya membeli produk fashion yang memang berguna dalam kehidupan saya sehari-hari.                            |           |          |           |           |            |
| Penghetahuan saya tentang konsep dasar ekonomi membuat saya lebih rasional dalam mengkonsumsi produk fashion |           |          |           |           |            |
| Saya membuat perencanaan keuangan untuk mempersiapkan kebutuhan saya dimasa yang akan datang.                |           |          |           |           |            |

**b. Variabel Gaya Hidup (X2)**

| <b>Daftar Pertanyaan</b>                                                                                                      | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>BS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Saya memanfaatkan sebagian waktu yang saya miliki untuk menjalankan hobi yang saya sukai termasuk mengkoleksi produk fashion. |           |          |           |           |            |
| Saya mengeluarkan sejumlah uang saya untuk membeli produk fashion untuk menyenangkan diri saya.                               |           |          |           |           |            |
| Saya senang menghabiskan waktu dipusat perbelanjaan melihat-lihat produk fashion ketimbang dirumah.                           |           |          |           |           |            |
| Kegiatan berbelanja produk fashion yang saya lakukan membuat saya merasa senang.                                              |           |          |           |           |            |
| Saya seringkali membeli produk fashion tanpa rencana sebelumnya.                                                              |           |          |           |           |            |
| Saya selalu mengikuti tren fashion yang berkembang di masyarakat                                                              |           |          |           |           |            |

*Lanjutan*

| <b>Daftar Pertanyaan</b>                                                                                                 | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>BS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Tujuan saya mengikuti tren adalah agar saya terlihat trendy.                                                             |           |          |           |           |            |
| Saya tertarik untuk memiliki produk fashion saat ini.                                                                    |           |          |           |           |            |
| Saya sering membelanjakan uang jajan saya untuk membeli produk fashion.                                                  |           |          |           |           |            |
| Saya sangat menyukai tempat-tempat yang update menyediakan produk fashion.                                               |           |          |           |           |            |
| Saya tertarik mengikuti tren fashion yang berkembang di media.                                                           |           |          |           |           |            |
| Saya merasa penampilan saya akan lebih bagus jika saya menggunakan sepatu atau jam tangan dengan harga yang lebih mahal. |           |          |           |           |            |
| Saya memutuskan membeli produk fashion berdasarkan pendapat saya pribadi.                                                |           |          |           |           |            |
| Pendapat pribadi yang saya ungkapkan mengenai produk fashion merupakan cerminan dan gambaran diri saya.                  |           |          |           |           |            |
| Keputusan yang saya ambil terhadap produk fashion berdasarkan pengetahuan saya selama ini.                               |           |          |           |           |            |
| Menurut saya harga yang dikenakan oleh suatu produk fashion merupakan jaminan dari kualitas produk tersebut.             |           |          |           |           |            |
| Menurut saya produk fashion yang saya gunakan adalah bagian dari citra diri saya terhadap lingkungan.                    |           |          |           |           |            |
| Sebagian produk fashion yang saya gunakan berasal dari luar negeri,                                                      |           |          |           |           |            |

**c. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

| <b>Daftar Pertanyaan</b>                                                                                | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>BS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| karena membuat saya lebih bangga.                                                                       |           |          |           |           |            |
| Promosi diskon pada display produk fashion membuat saya membeli produk tersebut.                        |           |          |           |           |            |
| Saya membeli produk fashion dipusat perbelanjaan secara tidak terencana.                                |           |          |           |           |            |
| Saya merasa senang ketika berbelanja produk fashion.                                                    |           |          |           |           |            |
| Saya sangat antusias berbelanja produk fashion dipusat perbelanjaan.                                    |           |          |           |           |            |
| Saya merasa gembira ketika berhasil mendapatkan produk fashion yang saya inginkan.                      |           |          |           |           |            |
| Saya sering membeli produk fashion yang dipajang dipameran.                                             |           |          |           |           |            |
| Berbelanja produk fashion merupakan kegiatan favorit saya untuk menghibur diri sendiri.                 |           |          |           |           |            |
| Saya lebih senang melakukan kegiatan berbelanja produk fashion dibandingkan hasil belanja yang didapat. |           |          |           |           |            |
| Saya dapat menghabiskan banyak waktu tanpa saya sadari saat berbelanja produk fashion.                  |           |          |           |           |            |
| Saya akan tetap membeli produk meskipun dana fashion yang saya inginkan yang tersedia terbatas          |           |          |           |           |            |
| Ketika saya punya uang saya membeli lebih banyak produk fashion.                                        |           |          |           |           |            |
| beli sekarang” mendeskripsikan diri saya saat berbelanja produk                                         |           |          |           |           |            |

| Daftar Pertanyaan                                                                                                | SS | S | BS | TS | STS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|-----|
| fashion dipusat perbelanjaan                                                                                     |    |   |    |    |     |
| Saya membeli produk fashion tanpa berpikir terlebih dahulu produk tersebut benar-benar saya butuhkan atau tidak. |    |   |    |    |     |
| Saya merasa desakan harus membeli produk fashion saat ini juga jika saya sedang menginginkannya.                 |    |   |    |    |     |
| Ketiak saya melihat produk fashion yang menarik, saya langsung membelinya.                                       |    |   |    |    |     |
| Saya merasa senang jika menemukan produk fashion yang selama ini saya cari dan akan langsung membelinya.         |    |   |    |    |     |



## Lampiran 2. Data Jawaban Responden

### a. Variabel Literasi Ekonomi ( $X_1$ )

| No. | LE.1 | LE.2 | LE.3 | LE.4 | LE.5 | LE.6 | LE.7 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|
| 1   | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 2   | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 3   | 4    | 4    | 4    | 5    | 3    | 3    | 2    |
| 4   | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    |
| 5   | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 6   | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 7   | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 8   | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    |
| 9   | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 10  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 3    |
| 11  | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 12  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 13  | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 14  | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 15  | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    |
| 16  | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 17  | 4    | 3    | 5    | 3    | 4    | 5    | 2    |
| 18  | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    |
| 19  | 5    | 4    | 5    | 3    | 3    | 5    | 3    |
| 20  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 21  | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 22  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 23  | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 24  | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 25  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 26  | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 27  | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 28  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 29  | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 30  | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 31  | 5    | 3    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    |
| 32  | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 33  | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 3    |
| 34  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 35  | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 |
| 42 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| No. | LE.8 | LE.9 | LE.10 | LE.11 | LE.12 | LE.13 | RLE  |
|-----|------|------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1   | 5    | 5    | 5     | 5     | 4     | 4     | 4.77 |
| 2   | 4    | 4    | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.62 |
| 3   | 4    | 4    | 2     | 3     | 3     | 2     | 3.31 |
| 4   | 5    | 4    | 5     | 4     | 5     | 3     | 4.31 |
| 5   | 4    | 4    | 4     | 4     | 4     | 4     | 4    |
| 6   | 4    | 5    | 4     | 4     | 5     | 4     | 4.62 |
| 7   | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.92 |
| 8   | 4    | 4    | 5     | 5     | 5     | 4     | 4.54 |
| 9   | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5    |
| 10  | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.69 |
| 11  | 4    | 5    | 4     | 5     | 5     | 5     | 4.69 |
| 12  | 5    | 4    | 5     | 4     | 3     | 3     | 4.46 |
| 13  | 4    | 3    | 4     | 4     | 4     | 3     | 4    |
| 14  | 4    | 5    | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.38 |
| 15  | 4    | 5    | 4     | 3     | 4     | 5     | 4.31 |
| 16  | 5    | 4    | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.62 |
| 17  | 4    | 5    | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.08 |
| 18  | 5    | 5    | 4     | 4     | 5     | 4     | 4.54 |
| 19  | 4    | 5    | 4     | 4     | 4     | 4     | 4.08 |
| 20  | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5    |

|    |   |   |   |   |   |   |      |
|----|---|---|---|---|---|---|------|
| 21 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.69 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.62 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.54 |
| 24 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4.38 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.69 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.46 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.77 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5    |
| 29 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.23 |
| 30 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.62 |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.54 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.77 |
| 33 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4.38 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.85 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4.62 |
| 36 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4.77 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.62 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.38 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4.46 |
| 40 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.38 |
| 41 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.77 |
| 42 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.62 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.77 |
| 44 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.77 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.77 |
| 46 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.08 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.62 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.85 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3.85 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.92 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.15 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.77 |



**b. Variabel Gaya Hidup (X<sub>2</sub>)**

| No. | GH.1 | GH.2 | GH.3 | GH.4 | GH.5 | GH.6 | GH.7 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|
| 1   | 3    | 3    | 1    | 3    | 5    | 4    | 4    |
| 2   | 2    | 1    | 1    | 4    | 3    | 3    | 3    |
| 3   | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    |
| 4   | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| 5   | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| 6   | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 7   | 2    | 4    | 5    | 4    | 3    | 3    | 4    |
| 8   | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 9   | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 10  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 11  | 5    | 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 12  | 2    | 3    | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    |
| 13  | 2    | 2    | 2    | 3    | 4    | 3    | 2    |
| 14  | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 15  | 5    | 3    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 16  | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 17  | 5    | 4    | 3    | 5    | 4    | 3    | 5    |
| 18  | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 19  | 5    | 5    | 2    | 3    | 2    | 5    | 3    |
| 20  | 5    | 5    | 5    | 5    | 2    | 2    | 3    |
| 21  | 4    | 5    | 3    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 22  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 23  | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 24  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 25  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 26  | 4    | 4    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 27  | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 28  | 4    | 4    | 2    | 3    | 2    | 3    | 3    |
| 29  | 4    | 4    | 3    | 3    | 2    | 3    | 4    |
| 30  | 3    | 4    | 5    | 4    | 4    | 3    | 3    |
| 31  | 3    | 4    | 2    | 3    | 2    | 4    | 4    |
| 32  | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    |
| 33  | 2    | 1    | 3    | 2    | 3    | 1    | 1    |
| 34  | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 35  | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 36  | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 40 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 42 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 |
| 43 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 1 | 1 |
| 44 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 45 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 46 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| No. | GH.8 | GH.9 | GH.10 | GH.11 | GH.12 | GH.13 |
|-----|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 1   | 4    | 4    | 5     | 4     | 4     | 5     |
| 2   | 3    | 3    | 3     | 3     | 3     | 3     |
| 3   | 3    | 4    | 3     | 3     | 3     | 4     |
| 4   | 2    | 2    | 3     | 3     | 2     | 2     |
| 5   | 2    | 2    | 2     | 2     | 2     | 2     |
| 6   | 5    | 4    | 4     | 5     | 4     | 5     |
| 7   | 4    | 4    | 3     | 4     | 4     | 5     |
| 8   | 4    | 5    | 4     | 5     | 4     | 5     |
| 9   | 5    | 4    | 5     | 4     | 5     | 5     |
| 10  | 5    | 4    | 3     | 5     | 3     | 5     |
| 11  | 3    | 3    | 3     | 3     | 3     | 4     |
| 12  | 3    | 2    | 3     | 3     | 2     | 4     |
| 13  | 3    | 3    | 3     | 2     | 3     | 3     |
| 14  | 4    | 4    | 4     | 4     | 3     | 4     |
| 15  | 5    | 4    | 5     | 3     | 3     | 5     |
| 16  | 5    | 4    | 3     | 3     | 3     | 5     |
| 17  | 4    | 3    | 4     | 4     | 5     | 5     |
| 18  | 4    | 5    | 4     | 5     | 4     | 5     |
| 19  | 2    | 4    | 4     | 5     | 2     | 3     |
| 20  | 5    | 5    | 5     | 5     | 5     | 5     |
| 21  | 4    | 2    | 2     | 2     | 2     | 4     |

|    |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 27 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 33 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| 34 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 38 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 45 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 46 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 5 |
| 47 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 49 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| No. | GH.14 | GH.15 | GH.16 | GH.17 | GH.18 | RGH  |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1   | 5     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4    |
| 2   | 3     | 3     | 3     | 3     | 2     | 2.72 |
| 3   | 4     | 4     | 5     | 3     | 3     | 3.39 |
| 4   | 3     | 3     | 3     | 3     | 2     | 2.33 |
| 5   | 4     | 4     | 4     | 2     | 2     | 2.33 |
| 6   | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4.39 |
| 7   | 3     | 4     | 5     | 5     | 5     | 3.94 |
| 8   | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.5  |
| 9   | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4.5  |
| 10  | 5     | 5     | 5     | 5     | 3     | 4.56 |
| 11  | 3     | 4     | 3     | 2     | 2     | 3    |
| 12  | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 2.94 |
| 13  | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 2.78 |
| 14  | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4.22 |
| 15  | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4.33 |
| 16  | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 4.33 |
| 17  | 4     | 5     | 4     | 3     | 4     | 4.11 |
| 18  | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.5  |
| 19  | 4     | 5     | 4     | 4     | 3     | 3.61 |
| 20  | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.56 |
| 21  | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 3.83 |
| 22  | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4.5  |
| 23  | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4.33 |
| 24  | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4.17 |
| 25  | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4.56 |
| 26  | 3     | 4     | 5     | 4     | 2     | 3.28 |
| 27  | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4.28 |
| 28  | 4     | 4     | 3     | 4     | 5     | 3.56 |
| 29  | 5     | 5     | 5     | 5     | 4     | 3.94 |
| 30  | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 3.61 |
| 31  | 4     | 5     | 5     | 4     | 3     | 3.61 |
| 32  | 5     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.56 |
| 33  | 3     | 4     | 4     | 3     | 2     | 2.61 |
| 34  | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4.5  |
| 35  | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.61 |
| 36  | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.39 |
| 37  | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4.39 |
| 38  | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 3.28 |

|    |   |   |   |   |   |      |
|----|---|---|---|---|---|------|
| 39 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4.5  |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.33 |
| 41 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3    |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4.39 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2.61 |
| 44 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3.17 |
| 45 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2.72 |
| 46 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3.11 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3.06 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4.11 |
| 49 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4    |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.11 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.17 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4    |

### c. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

| No. | PK.1 | PK.2 | PK.3 | PK.4 | PK.5 | PK.6 | PK.7 | PK.8 | PK.9 |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1   | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 2   | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 2    | 3    | 4    |
| 3   | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 2    | 3    | 4    | 3    |
| 4   | 3    | 3    | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    | 1    | 2    |
| 5   | 4    | 2    | 2    | 2    | 4    | 2    | 2    | 2    | 2    |
| 6   | 5    | 3    | 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 7   | 5    | 2    | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    |
| 8   | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 9   | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 10  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 3    | 2    |
| 11  | 2    | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 2    | 3    | 2    |
| 12  | 3    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 13  | 3    | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    |
| 14  | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    |
| 15  | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 1    |
| 16  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 17  | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 3    | 5    |
| 18  | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 19  | 4    | 4    | 4    | 3    | 5    | 2    | 5    | 2    | 4    |
| 20  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    | 5    |
| 21  | 2    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 22  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 25 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 27 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 28 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 31 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 33 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 34 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 38 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 44 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 46 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 47 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 48 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 49 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

| No. | PK.10 | PK.11 | PK.12 | PK.13 | PK.14 | PK.15 | PK.16 | PK.17 | RPK  |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1   | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4.12 |
| 2   | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2.76 |
| 3   | 4     | 3     | 2     | 2     | 4     | 3     | 3     | 4     | 3.24 |
| 4   | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2.18 |
| 5   | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2.24 |
| 6   | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4.47 |
| 7   | 2     | 3     | 3     | 4     | 4     | 3     | 5     | 5     | 3.59 |
| 8   | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.47 |
| 9   | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.88 |
| 10  | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.59 |
| 11  | 3     | 2     | 3     | 2     | 2     | 2     | 3     | 3     | 2.71 |
| 12  | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4.18 |
| 13  | 2     | 2     | 2     | 3     | 2     | 2     | 5     | 5     | 2.71 |
| 14  | 4     | 3     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.35 |
| 15  | 3     | 4     | 3     | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 3.59 |
| 16  | 5     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 4.76 |
| 17  | 4     | 5     | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 5     | 4.06 |
| 18  | 4     | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3.88 |
| 19  | 3     | 5     | 4     | 2     | 2     | 3     | 4     | 4     | 3.53 |
| 20  | 1     | 2     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.41 |
| 21  | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4.29 |
| 22  | 4     | 4     | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 4.65 |
| 23  | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4.47 |
| 24  | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4.53 |
| 25  | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4.53 |
| 26  | 4     | 3     | 4     | 3     | 3     | 4     | 5     | 4     | 3.47 |
| 27  | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 3     | 5     | 4.47 |
| 28  | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.35 |
| 29  | 4     | 3     | 4     | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4.24 |
| 30  | 5     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 5     | 5     | 4    |
| 31  | 4     | 2     | 2     | 3     | 2     | 3     | 2     | 5     | 3.24 |
| 32  | 5     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.59 |
| 33  | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 3     | 5     | 4.12 |
| 34  | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4.65 |
| 35  | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4.41 |
| 36  | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4.29 |
| 37  | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4.35 |
| 38  | 4     | 4     | 5     | 2     | 2     | 2     | 2     | 4     | 3.35 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |      |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|------|
| 39 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.53 |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3.35 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3.06 |
| 42 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4.12 |
| 43 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2.65 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3.47 |
| 45 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.59 |
| 46 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3.29 |
| 47 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2.41 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4.41 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4.18 |
| 50 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4.12 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4.18 |
| 52 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4.06 |





Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Literasi Ekonomi (X<sub>1</sub>)

| Correlations |                     |        |        |        |        |        |        |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|              |                     | LE1    | LE2    | LE3    | LE4    | LE5    | LE6    |
| LE1          | Pearson Correlation | 1      | .378** | .384** | 0.131  | .387** | .358** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | 0.006  | 0.005  | 0.356  | 0.005  | 0.009  |
|              | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE2          | Pearson Correlation | .378** | 1      | .400** | .374** | .439** | 0.207  |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.006  |        | 0.003  | 0.006  | 0.001  | 0.141  |
|              | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE3          | Pearson Correlation | .384** | .400** | 1      | .326*  | .458** | .384** |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.005  | 0.003  |        | 0.018  | 0.001  | 0.005  |
|              | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE4          | Pearson Correlation | 0.131  | .374** | .326*  | 1      | .491** | 0.148  |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.356  | 0.006  | 0.018  |        | 0.000  | 0.295  |
|              | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE5          | Pearson Correlation | .387** | .439** | .458** | .491** | 1      | .551** |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.005  | 0.001  | 0.001  | 0.000  |        | 0.000  |
|              | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE6          | Pearson Correlation | .358** | 0.207  | .384** | 0.148  | .551** | 1      |

|      |                     |        |        |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.009  | 0.141  | 0.005  | 0.295  | 0.000  |        |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE7  | Pearson Correlation | 0.054  | 0.242  | 0.197  | .282*  | 0.260  | 0.191  |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.703  | 0.084  | 0.161  | 0.043  | 0.063  | 0.174  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE8  | Pearson Correlation | .555** | .428** | .478** | 0.271  | .448** | .353*  |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000  | 0.002  | 0.000  | 0.052  | 0.001  | 0.010  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE9  | Pearson Correlation | 0.247  | 0.208  | .367** | 0.203  | 0.249  | .400** |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.077  | 0.140  | 0.007  | 0.150  | 0.075  | 0.003  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE10 | Pearson Correlation | .347*  | .462** | .321*  | .335*  | .602** | .393** |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.012  | 0.001  | 0.020  | 0.015  | 0.000  | 0.004  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE11 | Pearson Correlation | 0.203  | .426** | .312*  | .355** | .580** | .381** |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.150  | 0.002  | 0.024  | 0.010  | 0.000  | 0.005  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| LE12 | Pearson Correlation | 0.194  | .565** | 0.236  | 0.249  | .396** | 0.154  |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.168  | 0.000  | 0.092  | 0.075  | 0.004  | 0.276  |
|      | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |

|          |                     |        |        |        |        |        |        |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| LE13     | Pearson Correlation | 0.052  | 0.220  | 0.104  | 0.114  | .350*  | .360** |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.716  | 0.117  | 0.463  | 0.422  | 0.011  | 0.009  |
|          | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |
| Total_LE | Pearson Correlation | .512** | .651** | .614** | .533** | .777** | .603** |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.000  | 0.000  | 0.000  | 0.000  | 0.000  | 0.000  |
|          | N                   | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     | 52     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

| Reliability Stastiks |            |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha     | N of Items |
| .859                 | 13         |

**b. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Gaya Hidup (X<sub>2</sub>)**

| Correlations |                     |       |       |       |       |       |       |       |
|--------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|              |                     | GH1   | GH2   | GH3   | GH4   | GH5   | GH6   | GH7   |
| GH1          | Pearson Correlation | 1     | .643* | .564* | .605* | .422* | .548* | .606* |
|              | Sig. (2-tailed)     |       | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.002 | 0.000 | 0.000 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH2          | Pearson Correlation | .643* | 1     | .528* | .549* | .300* | .540* | .601* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.000 |       | 0.000 | 0.000 | 0.031 | 0.000 | 0.000 |

|     |                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|-----|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH3 | Pearson Correlation | .564 <sup>*</sup> | .528 <sup>*</sup> | 1                 | .691 <sup>*</sup> | .457 <sup>*</sup> | .445 <sup>*</sup> | .457 <sup>*</sup> |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             |                   | 0.000             | 0.001             | 0.001             | 0.001             |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH4 | Pearson Correlation | .605 <sup>*</sup> | .549 <sup>*</sup> | .691 <sup>*</sup> | 1                 | .474 <sup>*</sup> | .468 <sup>*</sup> | .595 <sup>*</sup> |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.000             |                   | 0.000             | 0.000             | 0.000             |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH5 | Pearson Correlation | .422 <sup>*</sup> | .300 <sup>*</sup> | .457 <sup>*</sup> | .474 <sup>*</sup> | 1                 | .596 <sup>*</sup> | .704 <sup>*</sup> |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.002             | 0.031             | 0.001             | 0.000             |                   | 0.000             | 0.000             |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH6 | Pearson Correlation | .548 <sup>*</sup> | .540 <sup>*</sup> | .445 <sup>*</sup> | .468 <sup>*</sup> | .596 <sup>*</sup> | 1                 | .729 <sup>*</sup> |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.001             | 0.000             | 0.000             |                   | 0.000             |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH7 | Pearson Correlation | .606 <sup>*</sup> | .601 <sup>*</sup> | .457 <sup>*</sup> | .595 <sup>*</sup> | .704 <sup>*</sup> | .729 <sup>*</sup> | 1                 |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.001             | 0.000             | 0.000             | 0.000             |                   |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH8 | Pearson Correlation | .529 <sup>*</sup> | .502 <sup>*</sup> | .504 <sup>*</sup> | .557 <sup>*</sup> | .511 <sup>*</sup> | .674 <sup>*</sup> | .732 <sup>*</sup> |
|     | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             |
|     | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH9 | Pearson Correlation | .541 <sup>*</sup> | .472 <sup>*</sup> | .469 <sup>*</sup> | .385 <sup>*</sup> | .332 <sup>*</sup> | .576 <sup>*</sup> | .592 <sup>*</sup> |

|      |                     |       |       |       |       |       |       |       |
|------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.005 | 0.016 | 0.000 | 0.000 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH10 | Pearson Correlation | .474* | .359* | 0.265 | .339* | 0.260 | .375* | .513* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.009 | 0.057 | 0.014 | 0.062 | 0.006 | 0.000 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH11 | Pearson Correlation | .561* | .375* | .474* | .301* | .348* | .531* | .540* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.006 | 0.000 | 0.030 | 0.011 | 0.000 | 0.000 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH12 | Pearson Correlation | .382* | .499* | .357* | .474* | .338* | .331* | .656* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.005 | 0.000 | 0.009 | 0.000 | 0.014 | 0.016 | 0.000 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH13 | Pearson Correlation | .544* | .481* | .526* | .635* | .362* | .437* | .505* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.008 | 0.001 | 0.000 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH14 | Pearson Correlation | .418* | .430* | .292* | .452* | 0.172 | .436* | .419* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.002 | 0.001 | 0.036 | 0.001 | 0.224 | 0.001 | 0.002 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| GH15 | Pearson Correlation | .469* | .542* | .301* | .323* | 0.199 | .369* | .434* |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.000 | 0.030 | 0.020 | 0.157 | 0.007 | 0.001 |
|      | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |

|          |                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|----------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| GH16     | Pearson Correlation | .457 <sup>*</sup> | .545 <sup>*</sup> | .442 <sup>*</sup> | .305 <sup>*</sup> | .286 <sup>*</sup> | .304 <sup>*</sup> | .432 <sup>*</sup> |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.001             | 0.000             | 0.001             | 0.028             | 0.040             | 0.028             | 0.001             |
|          | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH17     | Pearson Correlation | .389 <sup>*</sup> | .591 <sup>*</sup> | .387 <sup>*</sup> | .495 <sup>*</sup> | .320 <sup>*</sup> | .369 <sup>*</sup> | .534 <sup>*</sup> |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.004             | 0.000             | 0.005             | 0.000             | 0.021             | 0.007             | 0.000             |
|          | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| GH18     | Pearson Correlation | .378 <sup>*</sup> | .588 <sup>*</sup> | .397 <sup>*</sup> | .510 <sup>*</sup> | .379 <sup>*</sup> | .483 <sup>*</sup> | .583 <sup>*</sup> |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.006             | 0.000             | 0.004             | 0.000             | 0.006             | 0.000             | 0.000             |
|          | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| Total_GH | Pearson Correlation | .758 <sup>*</sup> | .750 <sup>*</sup> | .693 <sup>*</sup> | .729 <sup>*</sup> | .613 <sup>*</sup> | .743 <sup>*</sup> | .851 <sup>*</sup> |
|          | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             |
|          | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

| Reliability Stastiks |            |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha     | N of Items |
| .938                 | 18         |

**c. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

| Correlations |                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|--------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|              |                     | PK1               | PK2               | PK3               | PK4               | PK5               | PK6               | PK7               |
| PK1          | Pearson Correlation | 1                 | .515 <sup>*</sup> | .451 <sup>*</sup> | .408 <sup>*</sup> | .459 <sup>*</sup> | .568 <sup>*</sup> | .437 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     |                   | 0.000             | 0.001             | 0.003             | 0.001             | 0.000             | 0.001             |
|              | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK2          | Pearson Correlation | .515 <sup>*</sup> | 1                 | .532 <sup>*</sup> | .565 <sup>*</sup> | .433 <sup>*</sup> | .606 <sup>*</sup> | .513 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.000             |                   | 0.000             | 0.000             | 0.001             | 0.000             | 0.000             |
|              | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK3          | Pearson Correlation | .451 <sup>*</sup> | .532 <sup>*</sup> | 1                 | .547 <sup>*</sup> | .456 <sup>*</sup> | .563 <sup>*</sup> | .498 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.001             | 0.000             |                   | 0.000             | 0.001             | 0.000             | 0.000             |
|              | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK4          | Pearson Correlation | .408 <sup>*</sup> | .565 <sup>*</sup> | .547 <sup>*</sup> | 1                 | .453 <sup>*</sup> | .484 <sup>*</sup> | .503 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.003             | 0.000             | 0.000             |                   | 0.001             | 0.000             | 0.000             |
|              | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK5          | Pearson Correlation | .459 <sup>*</sup> | .433 <sup>*</sup> | .456 <sup>*</sup> | .453 <sup>*</sup> | 1                 | .413 <sup>*</sup> | .581 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.001             | 0.001             | 0.001             | 0.001             |                   | 0.002             | 0.000             |
|              | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK6          | Pearson Correlation | .568 <sup>*</sup> | .606 <sup>*</sup> | .563 <sup>*</sup> | .484 <sup>*</sup> | .413 <sup>*</sup> | 1                 | .556 <sup>*</sup> |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.002             |                   | 0.000             |

|      |                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK7  | Pearson Correlation | .437 <sup>*</sup> | .513 <sup>*</sup> | .498 <sup>*</sup> | .503 <sup>*</sup> | .581 <sup>*</sup> | .556 <sup>*</sup> | 1                 |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.001             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             | 0.000             |                   |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK8  | Pearson Correlation | .370 <sup>*</sup> | .472 <sup>*</sup> | .377 <sup>*</sup> | .475 <sup>*</sup> | .411 <sup>*</sup> | .711 <sup>*</sup> | .621 <sup>*</sup> |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.007             | 0.000             | 0.006             | 0.000             | 0.002             | 0.000             | 0.000             |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK9  | Pearson Correlation | .442 <sup>*</sup> | .549 <sup>*</sup> | .280 <sup>*</sup> | .303 <sup>*</sup> | .358 <sup>*</sup> | .574 <sup>*</sup> | .634 <sup>*</sup> |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.001             | 0.000             | 0.044             | 0.029             | 0.009             | 0.000             | 0.000             |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK10 | Pearson Correlation | .334 <sup>*</sup> | .477 <sup>*</sup> | 0.200             | .415 <sup>*</sup> | .391 <sup>*</sup> | .448 <sup>*</sup> | .480 <sup>*</sup> |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.016             | 0.000             | 0.156             | 0.002             | 0.004             | 0.001             | 0.000             |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK11 | Pearson Correlation | .281 <sup>*</sup> | .333 <sup>*</sup> | .285 <sup>*</sup> | .404 <sup>*</sup> | 0.251             | .411 <sup>*</sup> | .535 <sup>*</sup> |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.043             | 0.016             | 0.040             | 0.003             | 0.073             | 0.002             | 0.000             |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK12 | Pearson Correlation | .277 <sup>*</sup> | .438 <sup>*</sup> | .286 <sup>*</sup> | .501 <sup>*</sup> | .347 <sup>*</sup> | .449 <sup>*</sup> | .540 <sup>*</sup> |
|      | Sig. (2-tailed)     | 0.047             | 0.001             | 0.040             | 0.000             | 0.012             | 0.001             | 0.000             |
|      | N                   | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                | 52                |
| PK13 | Pearson Correlation | .307 <sup>*</sup> | .363 <sup>*</sup> | .389 <sup>*</sup> | .426 <sup>*</sup> | .428 <sup>*</sup> | .602 <sup>*</sup> | .521 <sup>*</sup> |



|              |                     |       |       |       |       |       |       |       |
|--------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.027 | 0.008 | 0.004 | 0.002 | 0.002 | 0.000 | 0.000 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| PK14         | Pearson Correlation | .301* | .419* | .353* | .344* | 0.221 | .669* | .433* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.030 | 0.002 | 0.010 | 0.013 | 0.115 | 0.000 | 0.001 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| PK15         | Pearson Correlation | .419* | .450* | .401* | .365* | .447* | .716* | .476* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.002 | 0.001 | 0.003 | 0.008 | 0.001 | 0.000 | 0.000 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| PK16         | Pearson Correlation | .318* | .302* | .325* | .402* | 0.194 | .519* | .373* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.022 | 0.029 | 0.019 | 0.003 | 0.168 | 0.000 | 0.006 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| PK17         | Pearson Correlation | .440* | .305* | .376* | .427* | .514* | .465* | .582* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.001 | 0.028 | 0.006 | 0.002 | 0.000 | 0.001 | 0.000 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |
| Total_P<br>K | Pearson Correlation | .596* | .683* | .589* | .657* | .585* | .820* | .769* |
|              | Sig. (2-tailed)     | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
|              | N                   | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    | 52    |

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

| Reliability Stastiks |            |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha     | N of Items |
| .936                 | 17         |

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 52                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 6.42323118              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .109                    |
|                                    | Positive       | .109                    |
|                                    | Negative       | -.067                   |
| Test Statistic                     |                | .109                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .173 <sup>c</sup>       |

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
|                           |                  |                             |            |                           |       |      |                         |       |
| 1                         | (Constant)       | -.459                       | 9.663      |                           | -.047 | .962 |                         |       |
|                           | Literasi Ekonomi | .247                        | .185       | .112                      | 1.336 | .188 | .825                    | 1.212 |
|                           | Gaya Hidup       | .768                        | .081       | .793                      | 9.450 | .000 | .825                    | 1.212 |

a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

c. Uji Heteroskedasitas

| Correlations      |                                |                            |                     |               |                             |
|-------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------|---------------|-----------------------------|
|                   |                                |                            | Literasi<br>Ekonomi | Gaya<br>Hidup | Unstandardi<br>zed Residual |
| Spearman's<br>rho | Literasi<br>Ekonomi            | Correlation<br>Coefficient | 1.000               | .470**        | -.023                       |
|                   |                                | Sig. (2-tailed)            | .                   | .000          | .874                        |
|                   |                                | N                          | 52                  | 52            | 52                          |
|                   | Gaya<br>Hidup                  | Correlation<br>Coefficient | .470**              | 1.000         | .089                        |
|                   |                                | Sig. (2-tailed)            | .000                | .             | .532                        |
|                   |                                | N                          | 52                  | 52            | 52                          |
|                   | Unstandar<br>dized<br>Residual | Correlation<br>Coefficient | -.023               | .089          | 1.000                       |
|                   |                                | Sig. (2-tailed)            | .874                | .532          | .                           |
|                   |                                | N                          | 52                  | 52            | 52                          |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 5. Uji Hipotesis

| Model Summary <sup>b</sup>                              |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                       | .846 <sup>a</sup> | .715     | .704              | 6.553                      |
| a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Ekonomi |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif               |                   |          |                   |                            |

| ANOVA <sup>a</sup>                                      |            |                |    |             |        |                   |
|---------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                   |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                       | Regression | 5289.539       | 2  | 2644.770    | 61.589 | .000 <sup>b</sup> |
|                                                         | Residual   | 2104.153       | 49 | 42.942      |        |                   |
|                                                         | Total      | 7393.692       | 51 |             |        |                   |
| a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif               |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Ekonomi |            |                |    |             |        |                   |

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |      |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant)       | -.459                       | 9.663      |                           | .962 |
|                           | Literasi Ekonomi | .247                        | .185       | .112                      | .188 |
|                           | Gaya Hidup       | .768                        | .081       | .793                      | .000 |

a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

## Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

