

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**RISNAWATI  
NIM. 150602082**

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

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Risnawati  
NIM : 150602082  
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 dipertanggungjawabkan 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, 10 Januari 2020

Yang Menyatakan,



Risnawati

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

### SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah  
Dengan Judul:

### **Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan di Ulee Kareng Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Risnawati  
NIM. 150602082

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi  
pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II,

Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA  
NIDN. 2012108203

Mengetahui  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL**

SKRIPSI

RISNAWATI  
NIM. 150602082

Dengan Judul:


**Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku  
Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam  
(Studi di Kecamatan di Ulee Kareng Banda Aceh)**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan  
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

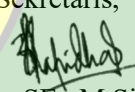
Pada Hari/Tanggal: Kamis, 16 Januari 2020 M  
20 Jumadil Awal 1441 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi


Ketua,

  
Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

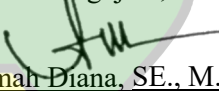
Sekretaris,

  
Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA  
NIDN. 2012108203

Penguji I,

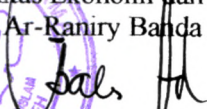
  
Dr. Hamdi Harmen, SE, MM  
NIP. 196911082002121001

Penguji II,

  
Azimah Diana, SE., M.Si., Ak  
NIDN. 2026028803

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

Syeikh 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@arraniry.ac.id](mailto:library@arraniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Risnawati  
NIM : 150602082  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : risnamuchtar96@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 Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan di Ulee Kareng Banda Aceh)**

Berserta 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 : 20 Januari 2020

Mengetahui,

Penulis

Risnawati

Pembimbing I

Dr. Nilam Sari, M. Ag.  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA  
NIDN. 2012108203

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beriring salam kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam” ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam hal materi maupun teknik penyusunan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

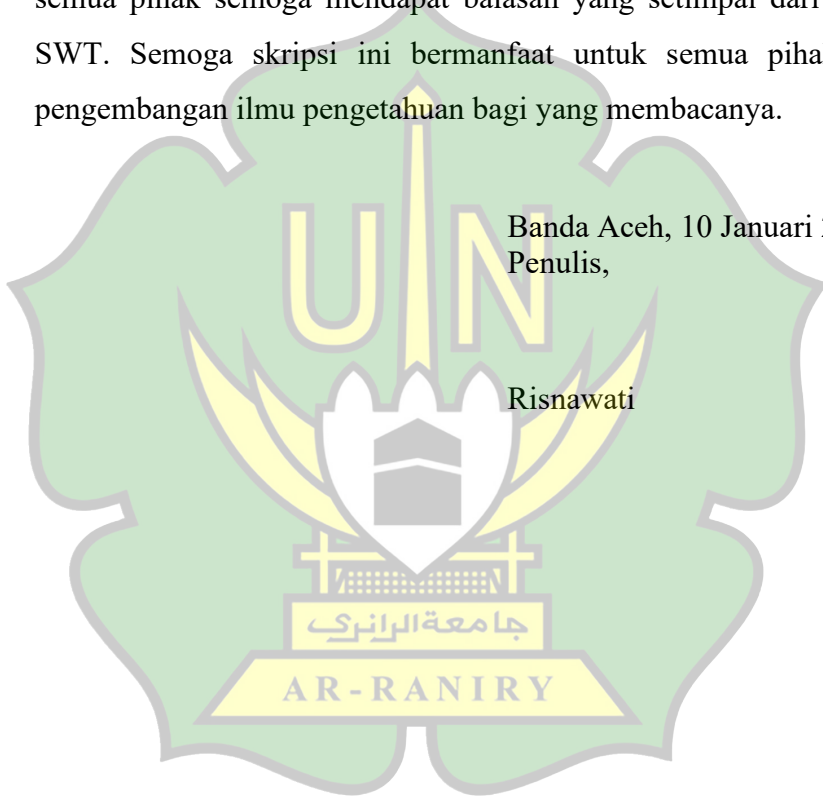
1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, M.Si., Ak selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, pikiran dalam memberikan arahan, nasehat-nasehat dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Khairul Amri, SE., M.Si selaku Penasehat Akademik penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
7. Orang tua tercinta Ayahanda Tgk Mukhtaruddin dan Ibunda Ummi Salamah yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, serta doa yang tiada henti serta kakak Sri Kiki Novienda, Abang Hamzah Abdul Wahab, Adik Muhammad Aqil dan juga kepada seluruh keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa S1 Ekonomi Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan serta doa yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi yang membacanya.

Banda Aceh, 10 Januari 2020  
Penulis,

Risnawati





**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun1987-Nomor:0543b/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	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	Ḥ
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

**2. Vokal**

Vokal Bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal 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
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. **Maddah**

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
اِ / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	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 *fathah*, *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:

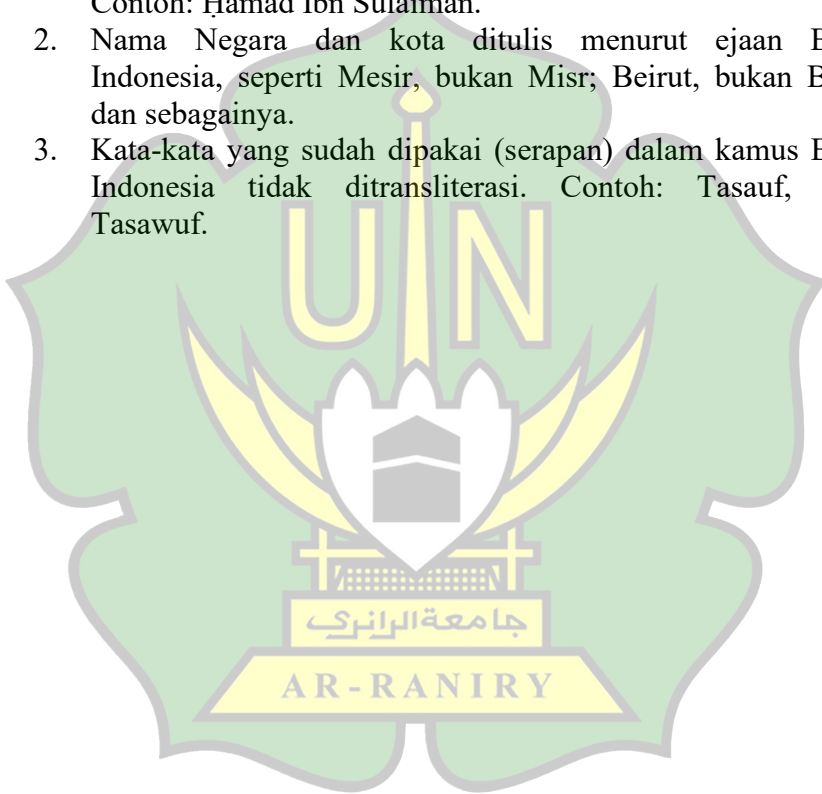
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatulatfāl*

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

**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 : Risnawati  
NIM : 150602082  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)  
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag  
Pembimbing II : Hafidhah, SE.,M.Si.Ak.,CA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Ulee Kareng yang memiliki kriteria umur >25 tahun (kriteria dewasa). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 94 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis linear berganda dengan alat bantu SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis secara parsial (Uji T), pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ , dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

**Kata kunci:** *Pendapatan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumsi*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Secara Praktis (Operasional) .....	9
1.4.2 Secara Teoritis (Akademis).....	9
1.5 Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1 Perilaku Konsumsi .....	12
2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	14
2.1.2 Indikator Perilaku Konsumsi .....	17
2.2 Perilaku Konsumsi dalam Islam .....	22
2.2.1 Tujuan Perilaku konsumsi .....	28
2.2.2 Batasan Konsumsi dalam Islam.....	31
2.2.3 Prinsip-prinsip Konsumsi .....	33
2.3 Pendapatan .....	41
2.3.2 Pendapatan Perspektif Islam .....	43
2.4 Gaya Hidup .....	45

2.4.1 Indikator Gaya Hidup .....	47
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	48
2.5 Penelitian Terkait .....	50
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	58
2.6.1 Pengaruh Pendapatan dengan Perilaku Konsumsi.....	58
2.6.2 Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumsi.....	59
2.7 Kerangka Berpikir.....	60
2.8 Hipotesis .....	61
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Sumber Data Penelitian.....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	63
3.4 Populasi dan Sampel.....	64
3.5 Operasional Variabel Penelitian .....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	68
3.6.1 Uji Validitas .....	68
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	69
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	71
3.7.1 Uji Normalitas.....	71
3.7.2 Uji Multikolinearitas .....	71
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	72
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
3.9 Uji Hipotesis .....	73
3.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	73
3.9.2 Uji Parsial (Uji T) .....	74
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ....</b>	<b>76</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	76
4.1.1 Profil Kecamatan Ulee Kareng .....	76
4.2 Karakteristik Responden .....	77
4.2.1 Jenis Kelamin.....	78
4.2.2 Umur .....	78

4.2.3 Pendidikan Terakhir.....	80
4.2.4 Pekerjaan.....	80
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
4.3.1 Uji Validitas.....	82
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	83
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1 Uji Normalitas.....	84
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	86
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	87
4.5 Uji Analisis Linear Berganda.....	88
4.6 Uji Hipotesis.....	90
4.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	90
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	91
4.6.3 Uji T (Uji Parsial).....	92
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.7.1 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	94
4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	95
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	30
Tabel 3.1	Skala Likert.....	36
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian .....	38
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kecamatan Ulee Kareng .....	44
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.3	Umur Responden .....	46
Tabel 4.4	Pendidikan Responden.....	46
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas dengan Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov .....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji F .....	55
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	33
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	68
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	72
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data .....	81



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut disertai dengan semakin tingginya tingkat konsumsi di kalangan masyarakat. Konsumsi tampaknya kehilangan fungsi, konsumsi dilakukan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memenuhi keinginan yang selanjutnya dikenal dengan perilaku konsumtif. Perilaku Konsumtif disebabkan oleh faktor pendapatan dan gaya hidup. Setiap pendapatan yang diperoleh tidak lagi digunakan sesuai fungsinya. Pendapatan lebih banyak digunakan untuk memenuhi gaya hidup yang cenderung konsumtif. Akibatnya pendapatan yang diperoleh tidak pernah merasa cukup dan pada akhirnya mereka akan melakukan segala jenis cara untuk memenuhi keinginan tersebut (Sutriati, Kartikowati, dan Riadi, 2018).

Masyarakat konsumen Indonesia mulai tumbuh beriringan dengan globalisasi ekonomi yang ditandai dengan menjamurnya pusat pembelanjaan bergaya seperti shopping mall, industri mode atau fashion, industri kecantikan, kawasan huni mewah, *real estate*, gencarnya iklan barang-barang mewah, tergila-gila terhadap merek-merek asing, dan berbagai tawaran gaya hidup melalui iklan televisi. Seseorang akan terus menambah proporsi konsumsinya sebanding dengan tingkat penambahan dari penghasilan yang

diterimanya sampai batas tertentu, penambahan pendapatan tidak lagi menyebabkan bertambahnya jumlah makanan yang dikonsumsi karena pada dasarnya kebutuhan manusia akan makanan mempunyai titik jenuh. Sehingga terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin berkurang persentase pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan. Pendapatan seseorang merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dengan kegiatan konsumsi, dikarenakan konsumsi berbanding lurus dengan pendapatan. Semakin tinggi penghasilan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi (Azis, 2009).

Setiap rumah tangga tidak akan terlepas dengan perilaku konsumsi, baik untuk memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder dalam kelangsungan hidup rumah tangga. Konsumsi rumah tangga yang semakin tinggi dikarenakan perkembangan masyarakat serta daerah yang begitu sangat cepat. Kondisi masyarakat saat ini sudah menjadi masyarakat yang konsumtif terutama pada masyarakat perkotaan. Masyarakat kita saat ini lebih mengutamakan keinginannya dari pada kebutuhannya. Artinya seberapapun penghasilan seseorang, bila pola hidup konsumtif yang diterapkan, tetap tidak akan merasa mencukupi kehidupannya (Hanum, 2017). Ependi (2013:1) juga menjelaskan bahwa dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya secara terus menerus, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan

pernah puas. Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya melalui kegiatan konsumsi, dimana konsumen akan mengalokasikan kekayaannya untuk pemenuhan kebutuhan. Konsumen mengkonsumsi kebutuhan tersebut juga didasari faktor-faktor pendukung, yang mencakup pendapatan yang tinggi dan kebiasaannya atau gaya hidup setiap konsumen.

Gaya hidup merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Gaya hidup atau yang biasa kita kenal dengan *Lifestyle* ini meliputi segala aspek kehidupan diantaranya cara berpakaian, pilihan kendaraan yang digunakan, alat komunikasi yang dipakai, serta sekolah yang akan dipilih para orang tua bagi anak-anaknya merupakan salah satu gaya hidup yang terlihat di era globalisasi sekarang ini (Fadilla, 2017). Lebih lanjut Hasibuan (2010) juga berpendapat bahwa gaya hidup adalah sesuatu yang tidak akan dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat karena tanpa disadari pergaulan, lingkungan, serta kebiasaan orang yang ada disekitar kita akan sangat mempengaruhi gaya hidup kita. Selain kepribadian seseorang dan lingkungan yang ada disekitarnya faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah penghasilan yang dimiliki seseorang. Jika pendapatan seseorang banyak maka orang tersebut memiliki kemampuan untuk membeli barang yang mahal dibandingkan dengan mereka yang berpenghasilan relatif rendah. Keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan

yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Agus, Lubis, dan Hadi (2007) menjelaskan bahwa gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tidak terlepas pada pola perilaku konsumtif.

Salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan gaya hidup adalah penghasilan atau pendapatan suatu masyarakat. Penghasilan atau pendapatan merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh yang dapat digunakan untuk konsumsi dan menambah kekayaan. Penghasilan ini diperoleh dari pekerjaan, berdagang, dll. Biasanya semakin banyak penghasilan suatu masyarakat maka semakin besar atau banyak juga pengeluaran mereka. Pengeluaran yang banyak ini diikuti dengan penghasilan yang banyak. Hal ini disebabkan karena keinginan manusia yang tidak pernah terbatas.

Pada era modern ini, gaya hidup masyarakat Indonesia mengikuti gaya hidup negara-negara maju. Pemilihan konsumsi saat ini tidak lagi menunjukkan kemampuan orang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan kebutuhan tidak pokok serta tidak bisa lagi menentukan skala prioritas. Misalnya yaitu dengan menghabiskan semua pendapatan untuk konsumsi barang-barang yang prioritasnya rendah atau yang bersifat tidak mendesak. Akibatnya selain menyebabkan sikap yang konsumtif juga akan menyebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan utama atau pokok.

Gaya hidup yang dianjurkan oleh Rasulullah adalah gaya hidup yang bersahaja dan sederhana. Sederhana dalam bersikap, berpakaian, dan tidak berlebihan dalam membeli makanan, serta jangan lupa untuk menyisihkan (menyedekahkan) sebagian harta yang kita miliki kepada saudara kita yang kurang mampu. Gaya hidup yang hedonis adalah sesuatu yang dilarang di dalam Islam. Jika kita membeli pakaian hendaklah berpakaian yang rapi dan sewajarnya saja. Jika kita makan belilah makanan yang sehat dan secukupnya saja jangan berlebihan. Kita juga dilarang untuk menggunakan sesuatu dengan maksud untuk menyombongkan diri (Fadilla, 2017).

Selanjutnya konsumsi dalam Islam harus memperhatikan kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi. Kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Dimana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor lain (Hakim, 2012).

Dalam penelitian ini diangkat tema tentang perilaku konsumsi masyarakat. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa. Termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku konsumsi



berhubungan dengan pendapatan masyarakat dan gaya hidupnya, apabila pendapatan konstan sedangkan konsumsi meningkat maka masyarakat harus menurunkan pola konsumsi pada tingkat yang rendah. Jika tidak maka masyarakat akan mengalami ketidakmampuan konsumsi, karena jika pendapatan dan gaya hidup tidak meningkat hal tersebut akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan. Fokus penelitian ini terhadap Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh yang memiliki 9 gampong. Dapat kita lihat bahwa di Kecamatan tersebut banyak masyarakat yang taraf kehidupannya mencukupi atau dikatakan mampu memenuhi segala kebutuhan, dan masyarakat Ulee Kareng bisa dikatakan sebagai masyarakat perkotaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rinawati dkk (2014) mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi, atau variasi pendapatan mempengaruhi variasi konsumsi. Septia S.M. Nababan (2013) juga menemukan hasil yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap pola konsumsi, Hanum (2017) juga melakukan penelitian yang hasilnya mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi, begitu juga dalam penelitian Sutriati dkk (2018) variabel pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Jadi tidak terdapat perbedaan hasil pada keempat penelitian tersebut sehingga ini menjadi landasan untuk melakukan penelitian kembali.

Penelitian ini merupakan eksistensi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutriati dkk (2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada unit analisis dan periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh, penelitian ini dilakukan pada tahun 2019. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi menurut Persepsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan dan gaya hidup secara bersama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.
2. Pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.
3. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ulee Kareng.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Secara Praktis (Operasional)**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada masyarakat tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan pertimbangan bagi masyarakat dalam membelanjakan hartanya yang sesuai dengan aturan dalam Ekonomi Islam.

#### **1.4.2 Secara Teoritis (Akademis)**

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademisi mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi serta menjadi sumber

perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan beberapa bab nya terdiri dari sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini merupakan studi teoritis yang terdiri dari bab-bab dan sub bab yang memaparkan tentang gambaran umum Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup serta teori Perilaku Konsumsi.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi tentang penjelasan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan penulis seperti penjelasan tentang Jenis Penelitian, Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel,

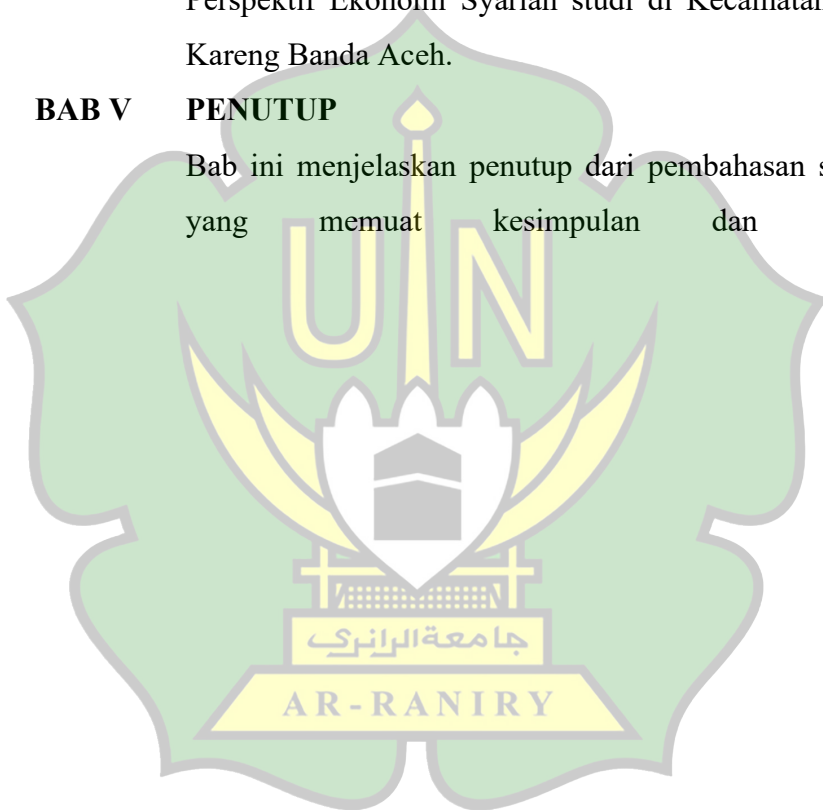
Model Penelitian, Operasional Variabel, Teknik Analisis Data, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari hasil analisis penelitian tentang Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi menurut Persepsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Syariah studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Perilaku Konsumsi**

Secara umum istilah Konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia (Rosyidi, 2011:163). Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain (Nanga, 2001:73). Adapun menurut ilmu Ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup (Wibowo dan Supriadi, 2013:225).

Konsep konsumsi merupakan konsep yang diambil dari kata bahasa Inggris "*Consumption*" berarti pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang akhir dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Pembelanjaan masyarakat untuk makanan, pakaian dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan atas pembelanjaan atau pengeluaran konsumsi. Barang-barang yang khusus diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dinamakan barang konsumsi. Konsumsi juga merupakan pemakaian barang-barang hasil industri, pakaian,

makanan dan sebagainya. Berdasarkan data Susenas secara umum konsumsi dibagi menjadi dua kelompok yaitu konsumsi pengeluaran untuk makanan dan bukan makanan (Sukirno, 2000:337).

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat. Adapun pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin (Alfian, 2016).

Perilaku konsumen merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok dan anggota masyarakat yang terus menerus mengalami perubahan. Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi yang dinamis mengenai perasaan, perilaku, dan lingkungan di mana individu melakukan pertukaran dalam berbagai aspek di dalam kehidupannya (Suryani, 2013:4).

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen

merupakan suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan dan membuang suatu produk, jasa dan ide yang di harapkan akan memuaskan (Johan, 2011:62).

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi sehingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan berhenti selanjutnya perkembangan bangsa akan terhambat (Qardhawi, 1997:138).

Perilaku konsumsi juga bisa diartikan sebagai respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh menggunakan produk dan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk termasuk dalam pembelian uang (Hasan, 2010:50).

### **2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi rumah tangga dapat diklarifikasikan menjadi tiga besar diantaranya yaitu: faktor Ekonomi, faktor demografi (kependudukan), faktor non Ekonomi (Rahardja dan Manurung, 2008:264). Wahab (2012) juga menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya



pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain faktor-faktor Ekonomi, faktor demografi, faktor-faktor non Ekonomi.

### 1. Faktor-Faktor Ekonomi

Ada empat faktor yang menentukan tingkat konsumsi, yaitu:

- a. Pendapatan Rumah Tangga (*Household Income*). Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya semakin menuntut kualitas yang baik (Wahab, 2012).
- b. Kekayaan Rumah Tangga (*Household Wealth*). Tercakup dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan *financial* (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable (Wahab, 2012).
- c. Tingkat Bunga (*Interest Rate*). Tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi keinginan konsumsi. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya Ekonomi (*opportunity cost*) dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berutang dahulu, misalnya dengan meminjam dari bank dan menggunakan kartu kredit, biaya

bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi (Wahab, 2012).

- d. Perkiraan Tentang Masa Depan (*Household Expectation About The Future*). Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja, sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan Ekonomi yang dijalankan pemerintah (Wahab, 2012).

## **2. Faktor-Faktor Demografi**

- a. Jumlah Penduduk. Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per keluarga relative rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi (Wahab, 2012).
- b. Komposisi Penduduk. Pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi, antara lain: Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15-64 tahun), makin besar tingkat konsumsi. Jika makin banyak penduduk yang bekerja, penghasilan juga makin besar. Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya juga makin tinggi. Pada saat seseorang atau suatu keluarga makin berpendidikan tinggi maka kebutuhan hidupnya makin banyak, Makin banyak

penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab umumnya pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif dibanding masyarakat pedesaan (Wahab, 2012).

### **3. Faktor-faktor Non Ekonomi.**

Faktor-faktor non-Ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat/ideal (Wahab, 2012).

Hartanto (2016) juga memberikan kesimpulan bahwa Ketiga faktor yang telah disebutkan diatas saling terkait erat dan saling mempengaruhi. Karena itu, bisa saja terjadi dalam kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah yang memaksakan untuk membeli barang-barang dan jasa yang sebenarnya tidak sesuai dengan kemampuannya.

#### **2.1.2 Indikator Perilaku Konsumsi**

Kotler dan Keller (2009:166-175), menyatakan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Asman dan Rosmayani (2017) menjelaskan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

## 1. Budaya

### a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Amerika akan terbuka pada nilai-nilai prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan dari segi materi, individualis, kebebasan, kenyamanan di luar, kemanusiaan, dan jiwa muda (Asman dan Rosmayani, 2017).

### b. SubBudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis *kelompok nasionalisme, keagamaan, ras, dan area geografis* (Asman dan Rosmayani, 2017).

### c. Kelas Sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Asman dan Rosmayani, 2017).

## 2. Sosial

Faktor sosial merupakan orang-orang yang ada dimasyarakat yang selalu berkomunikasi dan berinteraksi dengan kita dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok, keluarga, peran dan status. Oleh karena itu pemasar harus benar-benar memperhitungkannya untuk menyusun strategi pemasaran. Faktor sosial terdiri dari kelompok Referensi, keluarga, peran dan status (Asman dan Rosmayani, 2017).

### a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

### b. Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, Politik, Ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga rekreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c. Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

### 3. Kepribadian

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan seorang pembeli juga ditentukan oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap-tahap daur hidup pembeli, pekerjaan, keadaan Ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan (Asman dan Rosmayani, 2017).

a. Usia dan Tahap Daur Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c. Keadaan Ekonomi

Keadaan Ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variable yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk dan merek.

#### 4. Psikologis

Faktor psikologis adalah sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana seseorang tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau

antisipasinya pada waktu yang akan datang (Asman dan Rosmayani, 2017).

a. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

c. Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

## 2.2 Perilaku Konsumsi dalam Islam

Amiruddin (2013) menjelaskan bahwa dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram apa



tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam berkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya, dan sebagainya. Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan manusia yang lebih sejahtera. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:

1. Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan Ekonomi masyarakat atau Negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang Muslim akan yakin bahwa Allah SWT. akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 11 yang menjelaskan bahwasanya Allah lah yang telah menurunkan air dari langit, diantaranya untuk dikonsumsi manusia dan tumbuhan yang ada di bumi, dan Allah menumbuhkan tanaman dengan air itu yang darinya tumbuh bermacam-macam buah.
2. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Dimana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim.

3. Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain.

Dalam menjelaskan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan mashlahah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islami bahwa setiap pelaku Ekonomi selalu ingin meningkatkan mashlahah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat dan serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Kandungan mashlahah terdiri dari manfaat dan berkah, demikian pula dalam hal perilaku konsumsi seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang atau jasa yang diharamkan oleh syariat Islam. Mengonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karena memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Sebaliknya, konsumen tidak akan mengonsumsi barang-barang

atau jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah. Mengonsumsi yang haram akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan berujung pada siksa Allah. Jadi mengonsumsi yang haram justru memberikan berkah negatif (Misanam, dkk, 2014:129).

Imam Asy-Syathibi berpendapat bahwa rumusan kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari 3 tingkatan, yaitu: kebutuhan *al-dharuriyyah* (yang bersifat pokok, mendasar); kebutuhan *al-hajiyah* (yang bersifat kebutuhan); dan *at-tahsiniyyah* (bersifat penyempurna, pelengkap) (Chalil, 2009:95).

### **1. Kebutuhan Dharuriyyat (Primer)**

Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai daripada keinginan (*want*). Keinginan hanya ditetapkan, berdasarkan konsep utility, tetapi kebutuhan didasarkan atas konsep *masalah*. Adapun kebutuhan *dharuriyyat* mencakup lima unsur pokok, yaitu: *Hifzh al-Din* (pemeliharaan agama), *Hifzh al-Nafs* (pemeliharaan jiwa), *Hifzh al-Aql* (pemeliharaan akal), *Hifzh al-Nasl* (pemeliharaan keturunan), *Hifzh al-Mal* (pemeliharaan harta). Lima kebutuhan *dharuriyyat* yang mencakup lima hal diatas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Manusia hanya dapat melangsungkan hidupnya dengan baik jika kelima macam kebutuhan itu terpenuhi dengan baik pula.

Kebutuhan Dharuri atau primer adalah kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika dia luput dari

kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. Masalah dharuriyat ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar.

Secara umum, menghindari setiap perbuatan yang mengakibatkan tidak terpeliharanya salah satu dari kelima hal pokok (*maslahat*) tersebut tergolong dharuri. Syariat Islam sangat menekankan pemeliharaan hal tersebut, sehingga demi mempertahankan nyawa (kehidupan) dibolehkan makan barang terlarang (haram), bahkan diwajibkan sepanjang tidak merugikan orang lain. Karena itu bagi orang dalam keadaan darurat yang khawatir akan mati kelaparan, diwajibkan memakan bangkai, daging babi dan minum arak (Karim, 2007:62).

## **2. Kebutuhan *al-hajiyah* (Sekunder)**

Kebutuhan *al-hajiyah* atau sekunder adalah segala sesuatu yang oleh hukum *syara'* tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan dan *ihtiyath* (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut dan kebutuhan *al-hajiyah* adalah suatu yang diperlukan oleh manusia

## **3. Kebutuhan *al-tahsiniyyah* (Tersier)**

Kebutuhan *al-tahsiniyyah* dimaksudkan untuk mewujudkan dan memelihara hal-hal yang menunjang peningkatan kualitas kelima pokok kebutuhan mendasar manusia dan menyangkut hal-hal yang terkait akhlak mulia. Dengan kata lain *al-tahsiniyyah*

dimaksudkan agar manusia dapat melakukan yang terbaik untuk penyempurnaan pemeliharaan lima unsur pokok.

Kebutuhan *tahsiniyat* (*tersier*) atau *kamaliyat* (pelengkap) ialah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok diatas serta tidak pula menimbulkan kesulitan. Masalah dalam jenis ini adalah sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti serta keindahan saja. Sekiranya kemaslahatan tidak dapat diwujudkan dalam kehidupan tidaklah menimbulkan kesulitan dan kegoncangan serta rusaknya tatanan kehidupan manusia. Dengan kata lain kemaslahatan ini hanya mengacu pada keindahan saja. Demikian kemaslahatan seperti ini dibutuhkan oleh manusia. Konsumsi dharuriyah harus lebih utama dibandingkan konsumsi hajiyyah dan tahsiniyah. Jangan sampai yang tahsiniyah mengancam terpenuhinya konsumsi dharuriyah.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikancara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual (Karim, 2007:62).

Dari ketiga kebutuhan manusia diatas, maka konsumsi *dharuriyat* harus lebih diutamakan daripada kebutuhan *hajiyyat* dan *tahsiniyat*. Karena posisi *hajiyyat* dan *tahsiniyat* layak dipenuhi

apabila seorang konsumen punya kelebihan uang setelah yang *dharuriyat* telah terpenuhi terlebih dahulu.

Teori Ekonomi konvensional menjabarkan kegunaan (*utility*) seperti memiliki barang/jasa untuk kemanfaatan baik dari individu maupun sosial. Kepuasan (*satisfaction*) ditentukan secara objektif. Tiap-tiap orang memiliki atau mencapai kepuasannya menurut ukuran atau kriterianya sendiri. Suatu aktifitas Ekonomi untuk menghasilkan sesuatu didorong oleh yukarena adanya kegunaan dalam sesuatu itu. Jika sesuatu itu dapat memenuhi kebutuhan, maka manusia akan melakukan usaha untuk mengkonsumsi sesuatu itu.

### **2.2.1 Tujuan Perilaku konsumsi**

Hakim (2012:88-92) menjelaskan bahwa tujuan perilaku konsumsi adalah dimana seorang konsumen muslim akan lebih mempertimbangkan masalah dari pada utilitas. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam (maqashid syariah), yang tentu juga harus menjadi tujuan kegiatan konsumsi. Berikut beberapa tujuan dari kegiatan konsumsi antara lain:

1. Untuk mengharapakan ridho Allah SWT.

Tercapainya kebaikan dan tuntutan jiwa yang mulia harus direalisasikan untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT. Allah telah memberikan tuntunan kepada para hamba-Nya agar menjadikan alokasi dana sebagai bagian dari amal sholeh yang dapat mendekatkan seorang muslim kepada Tuhannya dan

untuk mendapatkan surga dengan segala kenikmatan yang ada di dalamnya.

2. Untuk mewujudkan kerjasama antaranggota masyarakat dan tersedianya jaminan sosial.

Takdir manusia di dunia ini berbeda-beda, ada yang ditakdirkan menjadi kaya dan sebaliknya. Di antara mereka berada dilevel pertengahan, sementara yang lain adalah golongan atas. Ada juga sekelompok masyarakat yang ditakdirkan untuk memperhatikan kehidupan kaum miskin. Para pengambil kebijakan memiliki posisi untuk menanggung kebutuhan mereka, menyelesaikan persoalan mereka, dan bertanggung jawab atas kemiskinan mereka.

3. Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab individu terhadap kemakmuran diri, keluarga dan masyarakat sebagai bagian aktifitas dan dinamisasi Ekonomi.

Islam telah memberi kewajiban adanya pemberian nafkah terhadap beberapa kelompok masyarakat yang termasuk dalam kategori saudara dan yang digolongkan sebagai saudara. Kewajiban memberi nafkah akan menumbuhkan rasa tanggung jawab. Pribadi yang dibentuk oleh rasa tanggung jawab akan memenuhi nafkah yang dibedakan itu.

4. Untuk meminimalisasi pemerasan dengan menggali sumber-sumber nafkah.

Media dan sumber nafkah sangat banyak dan beragam. Negara mempunyai kewajiban untuk menjaganya, baik dengan membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan upah, dan juga memenuhi kebutuhan orang-orang yang masih kekurangan. Hal yang sama juga berlaku bagi beberapa orang yang memiliki jabatan khusus, di mana dia harus memberikan gaji secara layak kepada para karyawan.

5. Supaya negara melakukan kewajibannya terhadap warga negara yang masih miskin.

Negara lebih banyak memiliki kesempatan untuk mengambil peran dengan jalan:

- a. Menyediakan lapangan kerja bagi para pengangguran.
- b. Memberi nafkah kepada golongan masyarakat yang tidak memiliki sumber penghasilan serta tidak ada orang yang menjamin nafkahnya.
- c. Menyediakan pendidikan dan sarana kesehatan secara gratis, karena sesungguhnya penyakit dan kebodohan merupakan musuh bersama suatu bangsa.
- d. Menyediakan tempat tinggal untuk menampung orang-orang lemah, orang-orang jompo, orang gila dan orang-orang yang terganggu mentalnya.



- e. Negara harus menanggung masyarakat berkekurangan yang terancam oleh adanya bahaya kelaparan, tertimpa wabah penyakit, kehilangan hak-hak, sarana ibadah dan sebagainya.

Dari uraian diatas, dikatakan bahwa dalam memahami pengertian konsumsi perlu memperhatikan ciri-ciri konsumsi. Baik dari segi barang konsumsi maupun tujuan kegiatan konsumsi yang hanya bertujuan memenuhi kebutuhan hidup.

### 2.2.2 Batasan Konsumsi dalam Islam

Dalam konsumsi Islami, konsumsi dibatasi hanya pada barang halal saja sedangkan barang yang haram dilarang. Contohnya, pada makanan dan minuman yang terlarang adalah darah, bangkai, daging babi, daging binatang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah SWT dengan maksud dipersembahkan sebagai korban untuk memuja berhala dan tuhan-tuhan lain, dan persembahan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapapun kecuali Allah SWT (Muflih, 2006:13).

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ  
 اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: "Sesungguhnya Allah SWT hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah SWT. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak

*ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah SWT Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”(Q.S Al-Baqarah [2]:173).*

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ  
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى  
التُّصْبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَيسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ  
دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ  
نِعْمَتِي ۗ وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمِهِ  
فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

*Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”(Q.S Al-Maidah [5]:3).*

Berdasarkan Tafsir Ibnu Katsir (2016: 770) menjelaskan bahwa Allah SWT memberitahukan kepada hamba-hambanya sebuah cerita yang berisi larangan memakan makanan-makanan haram berupa bangkai, yaitu binatang yang mati tanpa disembelih

atau diburu. Hal itu diharamkan tidak lain karena berbahaya, sebab di dalam tubuhnya terdapat darah yang tertahan yang sangat berbahaya bagi agama dan badan, oleh karenanya Allah mengharamkannya. Kecuali bangkai ikan, karena ikan tersebut halal, baik ikan tersebut mati dengan disembelih atau tidak.

### 2.2.3 Prinsip-prinsip Konsumsi

Arianto dan Amalia (2010:87) menjelaskan bahwa ada beberapa prinsip dalam konsumsi yaitu sebagai berikut:

#### 1. Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Dalam prespektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (Syariat). Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

*Artinya: "Aku tidak menciptakan Jin dan Manusia melainkan agar mereka beribadah kepadaKu" (Q.S. Ad-Dzariat [51]:56).*

Berdasarkan Tafsir Al-Quran karangan As-Sa'di (2005: 24) menjelaskan bahwa inilah tujuan Allah SWT menciptakan jin dan manusia, dan Allah SWT mengutus semua rasul untuk menyeru kepada tujuan tersebut. Tujuan tersebut adalah menyembah Allah yang mencakup berilmu tentang Allah, mencintainya, kembali kepadanya, menghadap kepadanya dan berpaling dari selainnya. Semua tujuan itu tergantung pada ilmu tentang Allah, sebab kesempurnaan ibadah itu tergantung pada ilmu dan *ma'rifatullah*. Semakin bertambah pengetahuan seorang terhadap Rabbnya, maka

ibadahnya akan semakin sempurna. Dan inilah tujuan Allah SWT menciptakan jin dan manusia yang diberi beban *taklif*, dan Allah menciptakan mereka bukan karena mereka diperlukan oleh Allah.

Adapun dalam pandangan kapitalis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa mempedulikan dimensi sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *Homo economicus*.

## **2. Adil (*Equilibrium*/Keadilan)**

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat, sehingga disamping mendapatkan keuntungan materiil juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Islam secara tegas menekankan norma perilaku adil baik untuk hal-hal yang bersifat materiil maupun spiritual menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat.

## **3. Kehendak Bebas (*Free Will*)**

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas karunia yang diberikan Allah manusia berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti

bahwa manusia terbebas dari qadha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah.

#### 4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanah Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun diakhirat kelas.

#### 5. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara materiil maupun spiritual. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran:

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ تَحَلَّى  
عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَى

*Artinya: "Makanlah dari rezki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Barang siapa ditampa kemurkaan-Ku maka sungguh, binasalah dia"(Q.S Thahaa [20]:81).*

Berdasarkan Tafsir Al-Quran karangan As-Sa'di (2013: 520) bahwa Dia (Allah) berkata kepada mereka, *Makanlah dari rezki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu*, maksudnya yaitu syukurilah apa yang telah Allah curahkan kepada kalian dalam bentuk kenikmatan-kenikmatan. *Dan janganlah melampaui batas padanya*, yaitu dalam menyikapi rizkiNya, dengan mempergunakannya untuk bermaksiat dan menolak kenikmatan. Jika kalian melakukannya, niscaya datang kepada kalian kemurkaanKu. Artinya Aku marah kepada kalian. *Dan barangsiapa ditimpa kemurkaan-Ku maka sungguh, binasalah dia*, maksudnya hancur, binasa, menyesal lagi merugi. Lantaran dia tidak memperoleh ridha dan kebaikanNya, ditimpa kemurkaan dan kerugian. Seorang Muslim diperintahkan oleh Islam untuk makan-makanan yang halal dan tidak mengambil yang haram. Al-Quran menyatakan:

﴿ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴾

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang telah Allah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.” (Q.S al-Maidah [5]: 88).

Berdasarkan tafsir Al-Mishbah karangan Shihab (2002, 188-189) menjelaskan Bahwa *makanlah makanan yang halal*, yakni bukan yang haram *lagi baik*, lezat, bergizi, dan berdampak positif bagi kesehatan *dari apa yang telah Allah rezezikikan kepada kamu*, dan *bertakwalah kepada Allah* dalam segala aktivitas kamu. Yang dimaksud dengan kata makan dalam ayat ini, adalah segala

sesuatu aktivitas manusia. Pemilihan kata makan, disamping karena ia merupakan kebutuhan pokok manusia, juga karena makanan mendukung aktivitas manusia. Tanpa makan manusia lemah dan tidak dapat melakukan aktivitas.

Ayat ini memerintahkan untuk memakan yang halal lagi baik. Tidak semua makanan yang halal otomatis baik. Karena yang dinamai halal terdiri dari empat macam, yaitu wajib, sunah, mubah, dan makruh. Aktivitas pun demikian, ada aktivitas yang walaupun halal, namun makruh atau sangat tidak disukai Allah, yaitu pemutusan hubungan. Selanjutnya, tidak semua yang halal sesuai dengan kondisi masing-masing pribadi. Ada yang halal buat seseorang karena memiliki kondisi kesehatan tertentu, dan ada juga yang kurang baik untuknya, walaupun baik buat yang lain. Ada makanan yang halal, tetapi tidak bergizi, dan ketika itu makanan tersebut menjadi kurang baik, yang diperintahkan adalah yang halal lagi baik.

Prinsip halal-haram juga berlaku bagi hal lain selain makanan. Pemeluk Islam diharuskan membelanjakan pendapatannya hanya pada barang yang halal saja dan dilarang membelanjakannya pada barang yang haram seperti minuman keras, narkotika, pelacuran, judi, kemewahan, dan sebagainya.

## **6. Sederhana**

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*Israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewahan), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-



hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata. Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain.

Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekedarnya dan tidak berlebihan karena makan berlebihan itu berbahaya bagi kesehatan (Chaudhry, 2012:137). Dalam Al-Quran dinyatakan bahwa:

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya: "... makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (Q.S Al-A'raaf [7]:31).

Berdasarkan tafsir Al-Quran karangan As-Sa'di (2011: 21) menjelaskan bahwa *makan dan minumlah*, yakni dari yang baik-baik yang Allah rizkikan kepadamu. *Dan janganlah berlebih-lebihan*, dalam hal itu. Berlebih-lebihan bisa dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum, berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas yang halal kepada yang haram. *Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*. Karena sikap berlebih-lebihan itu dibenci oleh Allah, membahayakan tubuh dan kehidupan manusia, bahkan bisa menyebabkan ketidakmampuan untuk memberi nafkah. Jadi ayat



ini mengandung perintah makan dan minum dan larangan menyinggalkan serta larangan berlebih-lebihan padanya.

Prinsip kesederhanaan juga berlaku bagi pembelanjaan, orang tidak boleh berlaku kikir maupun boros. Al-Quran menyatakan:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ 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.*”(Q.S Al-Furqan [25]:67).

Berdasarkan Tafsir Al-Quran karangan As-Sa'di (2012 :210) menerangkan bahwa “*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan*” yaitu nafkah yang wajib dan sunnah, “*mereka tidak berlebih-lebihan*”. Tidak melebihi batas, sehingga berakibat akan termasuk ke dalam perbuatan *tabdzir* (menghambur-hambur), “*dan tidak pula kikir*”, sehingga mengakibatkan mereka bisa terjerumus ke dalam sifat kikir dan pelit serta mengabaikan hak-hak yang wajib, dan maksudnya pembelanjaan itu, “*antara yang demikian*”, antara sikap yang berlebihan dengan sikap kikir, “*di tengah-tengah*”, mereka mengeluarkannya dalam hal-hal yang wajib, seperti zakat, *kaffarat* (bayar denda) dan berbagai belanja wajib dan dalam hal-hal yang pantas, dengan cara yang pantas pula tanpa menimbulkan bahaya bagi diri sendiri dan orang lain. Ini merupakan sikap keseimbangan dan kesederhanaan mereka.

Meskipun syariat telah melarang mengonsumsi beberapa jenis barang, ternyata Allah masih meluaskan rahmat-Nya dengan memberikan kelonggaran ketika seseorang dalam keadaan darurat (*emergency*) menyangkut kehidupannya, maka dia boleh memakan sesuatu yang haram dengan syarat pada dasarnya tidak tidak berlebihan. Pada sisi lain, ketika diberi keluasaan harta muslimin tidak berlebihan dalam menggunakannya, sehingga melebihi batas dan dapat menjerumuskan ke dalam pemborosan dan menelantarkan hak-hak yang wajib. Dalam diri seorang muslim harus mengonsumsi barang yang membawa manfaat (*maslahah*) dan bukan merugikan (*mudharat*). Konsep *maslahah* lebih objektif karena bertolak dari kebutuhan, yaitu prioritas yang lebih mendesak. Konsep *maslahah* individu senantiasa membawa dampak terhadap *maslahah* umum/sosial.

Pujiyono (2006) menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengonsumsi yaitu berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan

niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bemilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif Ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan Ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengonsumsi.

### **2.3 Pendapatan**

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Soekartawi (2002:132) menjelaskan bahwa pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahkan sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Sumardi (2002:323) juga menjelaskan bahwa Pendapatan adalah jumlah penghasilan riil seluruh anggota keluarga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam keluarga, sedangkan menurut istilah pendapatan adalah proses atau cara perbuatan menghasilkan, memperoleh uang. Alwi (2005) menyatakan bahwa pendapatan

adalah pemasukan uang untuk membiayai segala kebutuhan yang ada. Dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia akan terlibat dengan masalah Ekonomi. Dapat dan tidaknya manusia memenuhi kebutuhan hidupnya tergantung pada kondisi Ekonomi yang ada di dalam keluarganya. Hal ini memberikan pengertian bahwa manusia saling berhubungan satu dengan lainnya (makhluk sosial) yang merupakan bagian dari masyarakat dan mempunyai arti serta peranan dalam kehidupan Ekonomi.

Kara (2009) menjelaskan bahwa salah satu faktor penting lainnya dalam menentukan pola permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah pendapatan masyarakat. Pada umumnya, perubahan yang terjadi terhadap pendapatan akan selalu menimbulkan perubahan permintaan terhadap suatu barang. Secara umum, apabila pendapatan seorang konsumen meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila pendapatan berubah, maka berbagai macam barang dapat dikelompokkan menjadi:

1. Barang Normal adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan pendapatan.
2. Barang Inferior. Suatu barang dinamakan sebagai barang inferior apabila permintaan terhadap barang tersebut

meningkat ketika pendapatan masyarakat lebih rendah dan sebaliknya akan berkurang permintaanya ketika pendapatan meningkat.

3. Barang esensial (pokok) adalah barang yang sangat penting artinya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.
4. Barang mewah. Pada umumnya barang-barang mewah adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat yang berpenghasilan relative tinggi, dimana kelompok konsumen ini telah memenuhi kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan, dan perumahan.

### **2.3.2 Pendapatan Perspektif Islam**

Adapun distribusi pendapatan dalam Islam menduduki posisi yang penting karena pembahasan distribusi pendapatan tidak hanya berkaitan dengan aspek Ekonomi akan tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial dan politik. Dalam Islam telah dianjurkan untuk melaksanakan zakat, infak dan shadaqah dan lain sebagainya. Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata, letak pemerataan dalam Islam adalah keadilan atas dasar masalah, dimana di antara satu orang dengan orang lain dalam kedudukan sama atau berbeda, mampu atau tidak mampu bisa saling menyantuni, menghargai dan menghormati peran masing-masing.

Dalam pengakuan Islam kepemilikan manusia hanya diberi hak yaitu hanya berwenang untuk memanfaatkan sedangkan pemilik yang hakiki dan absolut hanyalah Allah SWT. seperti dalam firman-Nya.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ  
 سَبْعَ سَمَوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

*Artinya: “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak menciptakan langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit! Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu” (Q.S Al-Baqarah [2]: 29).*

Dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan ruhani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya. Hal ini dilakukan jika cara memanfaatkan yang pertama sudah di luar batas kemampuan manusia. Dengan demikian bahwa pada asalnya seluruh makhluk di dunia ini boleh dimanfaatkan.

Berdasarkan ayat dan tafsir yang di kemukakan oleh Ahmad Mustafa dapat disimpulkan bahwa semua sumber daya alam adalah anugerah dari Allah bagi umat manusia, maka tidak ada alasan kekayaan sumber daya tersebut terkonsentrasi pada beberapa pihak saja. Islam menekankan keadilan distributif dan menerapkan dalam sistem Ekonomi program untuk redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan. Dalam Islam semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.

## 2.4 Gaya Hidup

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen. Nugroho (2003) mendefinisikan gaya hidup sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan) dan apa yang mereka perkirakan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat), sedangkan menurut Mowendan Minor (2002: 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Kepribadian lebih merujuk pada karakteristik internal meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu, keduanya terkait erat. Misalnya konsumen yang memiliki karakteristik berani mengambil resiko mungkin akan memilih aktivitas yang spekulatif seperti berspekulasi di pasar modal, mendaki gunung, atau lainnya, yang inisangat tidak mungkin dilakukan oleh konsumen yang kurang berani menerima resiko (Suryani, 2008:73).

Gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya. Gaya hidup konsumen dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan rumah tangga, pekerjaan, dan jenis produk dan jasa yang dibeli untuk memainkan peran mereka. Tingkat pendidikan cenderung mempengaruhi kegiatan seseorang, kepentingan, pendapat, nilai, dan kepercayaan (Arumsari dan Alifiana, 2017).

Penelitian Susanto (2013: 1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering disebut juga sebagai cara seseorang berfikir, merasa dan berpersepsi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan.



Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang (Ningsih, 2010:64-66).

### 2.4.1 Indikator Gaya Hidup

Sunarto (2009: 93) menjelaskan bahwa gaya hidup atau *lifestyle* adalah pola kehidupan seseorang, untuk memahami kekuatan-kekuatan ini maka kita harus mengukur 3 dimensi dari gaya hidup tersebut yaitu aktivitas (*Activity*), Minat (*Interest*), Opini (*Opinion*):

#### 1. Aktivitas(*Activity*)

Aktivitas adalah mengungkapkan 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, adapun indikator dari Aktivitas adalah:

- a. Pekerjaan
- b. Hobi
- c. Belanja
- d. Olahraga
- e. Kegiatan sosial

#### 2. Minat(*Interest*)

Minat adalah mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut, adapun indikator dari minat adalah:

- a. Makanan
- b. Mode
- c. Keluarga
- d. Rekreasi

### **3. Pendapat(*Opinion*)**

Pendapat adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol 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, adapun indikator dari pendapat adalah:

- a. Mengenai diri mereka sendiri
- b. Masalah-masalah sosial
- c. Bisnis
- d. Kualitas Produk

#### **2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Susanto (2013) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan. Penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

### 2. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkal laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

### 3. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

### 4. Konsep diri

Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

## 5. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

## 6. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

### 2.5 Penelitian Terkait

Berdasarkan beberapa literatur yang peneliti telusuri, ada beberapa penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan berkaitan dengan tema perilaku konsumsi. Meskipun beberapa penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan penelitian yang peneliti lakukan, namun juga terdapat perbedaan.

Purwati (2011) melakukan penelitian tentang Perilaku Konsumsi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh status sosial Ekonomi orang tua, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar Ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa. Sampel penelitian ini adalah siswa kelas XI IPS SMA se Kota Malang, yang ditentukan dengan teknik *Multistage Random Sampling*. Jumlah sampelnya sebanyak 263 siswa yang ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup,

yang disebarkan kepada siswa selaku unit analisis. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial Ekonomi orang tua siswa, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar Ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa.

Indrianawati (2015) melakukan penelitian mengenai Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Menganalisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya, 2. Menganalisis pengaruh pengetahuan Ekonomi terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya, 3. menganalisis pengaruh tingkat pendapatan dan pengetahuan Ekonomi terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. sampel penelitian ditentukan dengan rumus Slovin dan diperoleh ukuran sampel sebesar 237 responden, dengan menggunakan teknik sampling *propotional random sampling*. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Surabaya, 2. Pengetahuan Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi

mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Surabaya, 3. Secara simultan tingkat pendapatan dan pengetahuan Ekonomi mempunyai pengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Surabaya.

Astuti (2016) melakukan penelitian tentang Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk 1. Mengetahui pengaruh status sosial Ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. 2. Mengetahui pengaruh literasi Ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. 3. Mengetahui pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. 4. Mengetahui pengaruh status sosial Ekonomi orang tua, literasi Ekonomi dan *life style* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 90 mahasiswa sedangkan sampel yang diambil sebanyak 45 mahasiswa. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial Ekonomi orang tua, literasi Ekonomi dan *life style* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Gumanti, Sari, dan Putri (2017) melakukan penelitian mengenai Perilaku Konsumsi Guru SD, SMP, DAN SMA di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan melihat pengaruh pendapatan, kelompok referensi, literasi Ekonomi dan sertifikasi guru terhadap

perilaku konsumsi guru SD, SMP dan SMA di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh guru SD, SMP dan SMA di Kecamatan Gunung Talang, penentuan sampel menggunakan metode stratified cluster sampling dengan jumlah responden sebanyak 206 orang. Alat analisa yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan variabel dummy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, kelompok referensi, literasi Ekonomi, sertifikasi guru berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP dan SMA di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok.

Nurlaila Hanum (2017) juga melakukan penelitian pada tahun yang sama mengenai Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. Penelitian ini dilakukan di Universitas Samudra di Kota Langsa dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UNSAM di Kota Langsa. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 98 orang responden. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana. Sehingga kesimpulan dari penelitian tersebut dinyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa UNSAM di Kota Langsa.

Adapun hasil deskripsi penelitian sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Purwati (2011)	Sampel: 263 siswa Variabel Dependen: Perilaku Konsumsi Variabel Independen: Pengaruh Status Sosial Ekonomi orang tua, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar ekonomi Metode Analisis: Analisis Regresi Linear Berganda	Purwati (2011) menemukan bahwa status sosial Ekonomi orang tua siswa, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar Ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa.	Variabel Dependen: Perilaku Konsumsi Metode Analisis: Regresi Linear Berganda	Variabel Independen: Pengaruh Status Sosial Ekonomi orang tua, persepsi siswa atas lingkungannya, dan prestasi belajar ekonomi
2	Indrianawati (2015)	Sampel: 237 responden Variabel Dependen: Tingkat Konsumsi Variabel Independen: tingkat pendapatan	Indrianawati (2015) menemukan bahwa: tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi	Variabel Dependen: Tingkat Konsumsi Variabel Independen: tingkat pendapatan	Variabel Independen: pengetahuan ekonomi



Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<p>dan pengetahuan ekonomi Metode Analisis: Regresi Linear Berganda</p>	<p>mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Surabaya, pengetahuan Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa program Pascasarjana Universitas Surabaya, secara simultan tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi mempunyai pengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi mahasiswa program Pascasarjana Universitas Surabaya.</p>		
3	Astuti (2016)	Sampel: 45 mahasiswa.	Astuti (2016) menemukan bahwa status	Variabel Dependen: Perilaku Konsumsi	Variabel Independen: status sosial ekonomi

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Variabel Dependen: perilaku konsumsi Variabel Independen: status sosial ekonomi orang tua, life style, literasi ekonomi. Metode Analisis: Analisis Regresi Linear Berganda.	Sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.	Variabel Independen: Life style Metode analisis: analisis regresi linear berganda.	Orang tua, literasi ekonomi.
4	Gumanti, Sari, dan Putri (2017)	Sampel: 206 orang Variabel Dependen: Perilaku Konsumsi Variabel Independen: Pendapatan, kelompok referensi, literasi ekonomi dan sertifikasi guru Metode analisis: Analisis regresi linear berganda.	Gumanti, Sari, dan Putra (2017) menemukan bahwa pendapatan, kelompok referensi, literasi ekonomi, sertifikasi guru berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP dan SMA.	Variabel Dependen: perilaku konsumsi Variabel Independen: pendapatan Metode analisis: Analisis Regresi linear berganda.	Variabel Independen: Pendapatan, kelompok referensi, literasi ekonomi dan sertifikasi guru

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Nurlaila Hanum (2017)	Sampel: 98 responden Variabel Dependen: perilaku konsumsi Variabel Independen: pendapatan Metode analisis: Analisis regresi linear sederhana.	Nurlaila Hanum (2017) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa UNSAM di Kota Langsa.	Variabel Dependen: perilaku konsumsi Variabel Independen: pendapatan	Metode analisis: Analisis regresi linear sederhana.

Sumber: Data diolah (2019)

## 2.6 Pengaruh Antar Variabel

### 2.6.1 Pengaruh Pendapatan dengan Perilaku Konsumsi

Pendapatan adalah hasil yang didapat dengan jalan menjual faktor-faktor produksi kemudian memperoleh imbalan jasa-jasa atas pengadaan faktor produksi tersebut dalam bentuk gaji, sewa tanah, modal kerja, dan sebagainya. Besarnya pendapatan akan menggambarkan Ekonomi keluarga dalam masyarakat yang dapat dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu pendapatan rendah, sedang, dan tinggi (Darmawan, 2008:8-9).

Pendapatan akan mempengaruhi tingkat konsumsi, masyarakat yang mempunyai pendapatan tinggi mereka akan cenderung konsumtif untuk membeli barang-barang yang tidak

penting. Sebaliknya, masyarakat dengan Pendapatan yang menengah kebawah atau rendah konsumsinya akan relatif rendah juga. Pada penelitian Giang (2013) menyimpulkan bahwa Tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rinawati dkk (2014) juga mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi, atau variasi pendapatan mempengaruhi variasi konsumsi.

### **2.6.2 Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumsi**

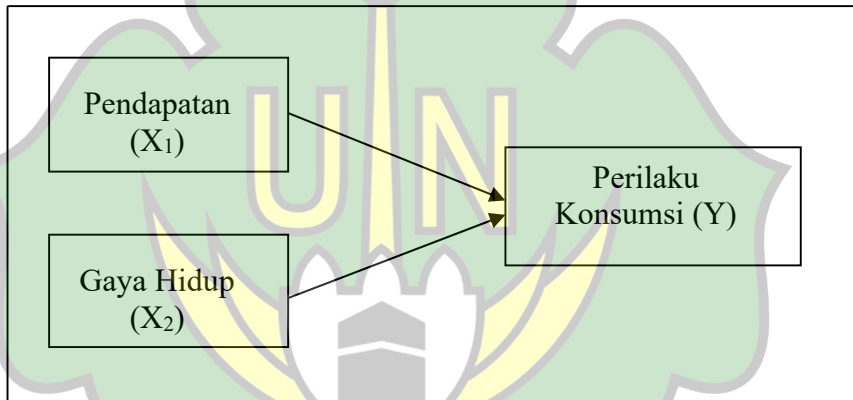
Gaya hidup merupakan sesuatu yang tidak akan dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat karena tanpa disadari pergaulan, lingkungan, serta kebiasaan orang yang ada disekitar kita akan sangat mempengaruhi gaya hidup kita. Selain kepribadian seseorang dan lingkungan yang ada disekitarnya faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah penghasilan yang dimiliki seseorang. Jika pendapatan seseorang banyak maka orang tersebut memiliki kemampuan untuk membeli barang yang mahal dibandingkan dengan mereka yang berpenghasilan relatif rendah (Fadilla, 2017).

Gaya hidup yang cenderung konsumtif adalah pola hidup seseorang yang ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta ditunjukkan dalam pembelian atau penggunaan produk mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Gaya hidup merupakan salah satu variabel yang

mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Dalam penelitian Kanserina (2015) dijelaskan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sutriati dkk (2018) juga menemukan hasil yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

## 2.7 Kerangka Berpikir

Adapun Skema kerangka berpikir dalam penelitian ini ditampilkan pada gambar 2.1.



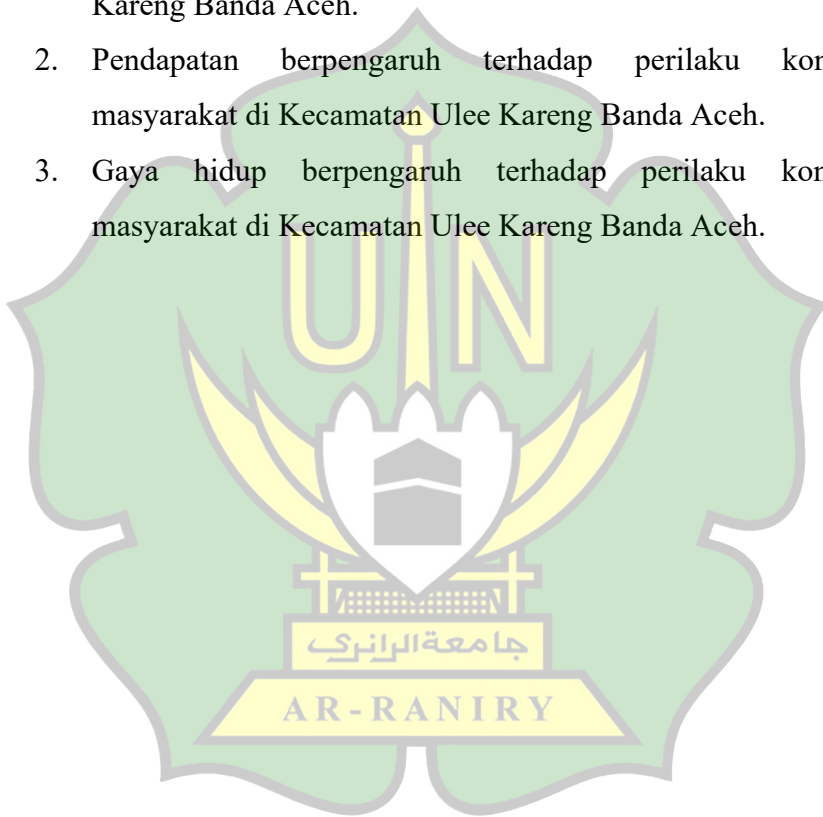
**Gambar 2.1.**  
**Skema Kerangka Pemikiran**

## 2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh

melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2018:64). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.
2. Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.
3. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2018:8) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### **3.2 Sumber Data Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 data, yaitu data primer dan data sekunder.

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian dimana sebuah data dihasilkan (Bungin, 2005:132). Sugiyono (2018:137) menjelaskan juga bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung melalui penelitian studi lapangan (*quesioner*) dengan cara

meneliti dan mengamati serta mengumpulkan data dan informasi dari masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng.

## 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi bukan dari hasil mengumpulkan dan mengolah sendiri (Pantiyasa, 2013:59). Sementara Sugiyono (2018:137) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, dokumentasi, buku panduan dan literatur.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:142).

Angket atau kuesioner penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial. Langkah-langkah dalam menyusun skala likert adalah menetapkan variabel yang akan diteliti, menentukan indikator-indikator yang dapat mengukur variabel yang akan diteliti dan menurunkan indikator



tersebut menjadi daftar pertanyaan (Suliyanto, 2009:82). Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel pendapatan (*Income*), gaya hidup (*Lifestyle*), dan perilaku konsumsi Islam (*Islamic Consumption Behavior*) mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5.

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Keterangan (Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018)

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. (Bungin, 2013:101). Sugiyono (2018:115) juga mengartikan populasi sebagai wilayah

generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Ulee Kareng.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sangadji dan Sopiah, 2010:186). Tidak semua populasi akan diteliti, maka hanya diperlukan sampel yang bersifat representatif (mewakili) saja. Sugiyono (2018:81) menjelaskan juga bahwa sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu Nonprobability sampling di mana pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Jenis *Nonprobability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah ditentukan berdasarkan kriteria dewasa atau masyarakat yang berumur > 25 tahun ke atas. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{N.d^2+1} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = sampel

$N$  = populasi

$d$  = nilai 90% (0,1)

$n = 10.371 / \{10.371(0.1)^2 + 1\}$

$n = 10.371 / 104,71$

$n = 99,04$

Dari hasil perhitungan rumus slovin maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99,04 masyarakat Kecamatan Ulee Kareng, namun pada saat pengolahan data terdapat data yang tidak berdistribusi normal maka harus membuang data *outlier*, sehingga tersisa 94 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.5 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen dan independen. Dimana yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumsi (Y), sedangkan variabel independen adalah Pendapatan ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ).

#### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2018:59). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Pendapatan (*Income*) sebagai  $X_1$

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan riil dari seluruh anggota rumah tangga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perorangan dalam rumah tangga.

b. Gaya Hidup (*Lifestyle*) sebagai  $X_2$

Gaya Hidup adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan.

## 2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:59). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu Perilaku Konsumsi (Y). Perilaku Konsumsi adalah suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan dan membuang suatu produk, jasa dan ide yang di harapkan yang akan memuaskan.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
2.	Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) sebagai $X_2$	1. Kegiatan ( <i>Activity</i> ) 2. Minat ( <i>Interest</i> ) 3. Opini( <i>Opinion</i> ) (Sutisna, 2002:145)	Likert 1-5
3.	Perilaku Konsumsi Islam ( <i>Islamic</i> <i>Consumption</i> <i>Behavior</i> ) sebagai Y	1. Kebudayaan 2. Sosial 3. Kepribadian 4. Psikologi (Fauzia, 2015:186)	Likert 1-5

Sumber: Data diolah (2019)

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya ingin diukur (Mustafa, 2013:164). Bungin (2005:107) juga menjelaskan bahwa validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun yang dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur harus memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Oleh karena itu, uji validitas

digunakan untuk melihat apakah kuesioner yang disusun dapat mengukur objek yang diteliti. Tingkat validasi dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  pada tabel *correlations* pada total nilai *pearson correlations* untuk tiap variabel dengan  $r_{tabel}$  dengan ketentuan untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel yang digunakan dan  $2$  adalah variabel independennya, jumlah sampel ( $n$ ) dengan tingkat signifikan  $0,05$  dengan ketentuan sebagai berikut:

1.  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti analisis tersebut dapat dinyatakan valid
2.  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , berarti analisis tersebut dapat dinyatakan tidak valid

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk mencapai tingkat kepekaan dan tingkat reliabilitas alat ukur yang diharapkan, maka perlu sebelumnya mengetahui apa yang akan diukur dan metode pengumpulan data apa yang digunakan (Bungin, 2005:106). Mustafa (2013:224) menjelaskan juga bahwa uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur.

Santoso (2010:270) menjelaskan bahwa uji reliabilitas mengandung pengertian bahwa jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu maka

suatu angket/kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal. Pengujian kehandalan variabel berdasarkan pengambilan keputusan:

1. Jika  $r_{\text{Alpha}}$  Positif dan  $r_{\text{Alpha}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir atau variabel tersebut reliabel.
2. Jika  $r_{\text{Alpha}}$  Positif dan  $r_{\text{Alpha}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment*. Atau bisa menggunakan batasan dengan kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel jika *cronbach' alpha* hitung  $> 0,60$  (Sudarmanto, 2005:99). Atau dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna
2. Jika  $\alpha$  antara  $0,70-0,90$  maka reliabilitas tinggi
3. Jika  $\alpha$  antara  $0,50-0,70$  maka reliabilitas moderat
4. Jika  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitas rendah

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Ghozali (2011:160) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak mendekati normal.

Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-

Wilkdari dalam tabel *Test of Normality*. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirnov karena data yang diuji lebih besar dari pada 50, jika data yang diuji lebih kecil dari pada 50 peneliti menggunakan nilai signifikan di Shapiro-Wilk. Sarjono dan Julianita (2013:64) menjelaskan bahwa dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Angka signifikan uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk signifikan  $> 0,05$  menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikan uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk signifikan  $< 0,05$  menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni, 2016:230). Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $< 0.10$  dan nilai VIF  $> 10$ . Penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) pada model regresi.



### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians tabel tidak sama untuk semua pengamat. Jika varians residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homokedasitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedasitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono dan Julianita, 2011:53).

Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya ( $\epsilon$ ) dimana:

1. nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi gejala heteroskedastisitas
2. nilai probabilitas signifikan  $> 0,05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

### 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu pendapatan ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumsi ( $Y$ ), serta mengidentifikasi dimensi perilaku konsumsi apakah memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi pendapatan dan gaya hidup masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh, maka digunakan metode analisis regresi linear berganda.

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Perilaku Konsumsi
a	= Konstanta
$b_1$	= Koefisien regresi variabel $X_1$
$X_1$	= Pendapatan
$b_2$	= Koefisien regresi variabel $X_2$
$X_2$	= Gaya Hidup
e	= Nilai error

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Simultan (Uji F)

Untuk hipotesis pertama ( $H_1$ ) apakah secara bersama-sama variabel independen ( $X_1, X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), digunakan uji bersama-sama dengan langkah sebagai berikut:

Menentukan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternative ( $H_a$ )

1.  $H_{01} : b_1 = b_2 = 0$ ; pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi menurut persepsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam.
2.  $H_{a1} : \text{Paling sedikit ada satu } b_i \neq 0, i = 1, 2$ ; pendapatan dan gaya hidup secara tidak bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumsi menurut persepsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam.

Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.9.2 Uji Parsial (Uji T)

Ghozali (2013: 178) menjelaskan bahwa uji parsial (t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap

variabel terikat (Ghozali, 2011:97). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen, sedangkan jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Kecamatan Ulee Kareng**

Kota Banda Aceh dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 8 (drt) Tahun 1956 sebagai daerah otonom dalam Provinsi Aceh. Pada awal pembentukannya, Kota Banda Aceh hanya terdiri atas dua kecamatan, yaitu Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Baiturrahman dengan luas wilayah 11,08 Km<sup>2</sup>.

Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1983 tentang perubahan batas wilayah Kotamadya Dati II Banda Aceh, terjadi perluasan wilayah Kota Banda Aceh menjadi 61,36 Km<sup>2</sup> dengan penambahan dua Kecamatan baru yakni Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Muraxa. Pada Tahun 2000 dikeluarkan Perda Nomor 8, dimana Perda tersebut berisi tentang pemekaran Banda Aceh yang selanjutnya mengalami pemekaran wilayah dari 5 Kecamatan menjadi 9 Kecamatan. Kecamatan Ulee Kareng merupakan pemekaran dari kecamatan Syiah Kuala dengan luas wilayah 6,15 Km<sup>2</sup> (615,0 Ha), Kecamatan Ulee Kareng memiliki 2 mukim 9 gampong dan 31 dusun. Kemukiman Pouteumeureuhom dan Kemukiman Simpang tujuh. Pouteumeureuhom terdiri dari lima Gampong: Pango Raya, Pango Deah, Ilie, Lamteh, Lambhuk. Simpang tujuh terdiri dari: Ceurih, Ie Masen Ulee Kareng, Lamglumpang, Doy.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Banda Aceh**  
**Tahun 2018**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1	Meuraxa	20 166
2	Jaya Baru	26 013
3	Banda Raya	24 398
3	Baiturrahman	37 455
5	Lueng Bata	26 119
6	Kuta Alam	52 645
7	Kuta Raja	13 632
8	Syiah Kuala	37 938
9	Ulee Kareng	26 745
	Total	265 111

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, 2019

## 4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi menurut persepsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan menurut jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan jumlah pendapatan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 94 masyarakat. Untuk memperjelas karakteristik

responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden sebagai berikut ini.

#### 4.2.1 Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan dan menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	48	51,1	51,1	51,1
	Perempuan	46	48,9	48,9	100,0
Total		94	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan hasil Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang atau sebanyak 48% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang atau 46%.

#### 4.2.2 Umur

Deskripsi responden berdasarkan umur yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau

umur. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi lima kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Umur**

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-29 Tahun	54	57,4	57,4	57,4
	30-34 Tahun	19	20,2	20,2	77,7
	35-39 Tahun	10	10,6	10,6	88,3
	40-44 Tahun	4	4,3	4,3	92,6
	45-50 Tahun	7	7,4	7,4	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 94 responden yang ada, sebanyak 54 orang atau 54% responden yang berumur 25-29 tahun, sebanyak 19 orang atau 19% yang berumur 30-34 tahun, sebanyak 10 orang atau 10% responden yang berumur 35-39 tahun, sebanyak 4 orang atau 4% responden yang berumur 40-44 tahun dan sebanyak 7 orang atau 7% responden yang berumur 45-50 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, masyarakat Kecamatan Ulee Kareng didominasi oleh responden yang berusia 25-29 tahun.



### 4.2.3 Pendidikan Terakhir

Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhirnya saat ini. Hal tersebut dikelompokkan menjadi enam kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	20	21,3	21,3	21,3
D3/S1/S2	74	78,7	78,7	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan Tabel 4.4 mendeskripsikan bahwa dari 94 responden yang ada, sebanyak 20 orang atau 20% responden berpendidikan terakhir SMA, sebanyak 74 orang atau 74% responden yang berpendidikan D3/S1/S2. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, masyarakat Kecamatan Ulee Kareng didominasi oleh responden yang memiliki jenjang pendidikan terakhir D3/S1/S2.

### 4.2.4 Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan

pekerjaannya saat ini. Hal tersebut dikelompokkan menjadi lima kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Swasta	10	10,6	10,6	10,6
	Pegawai Negeri	14	14,9	14,9	25,5
	Wiraswasta	50	53,2	53,2	78,7
	Buruh	4	4,3	4,3	83,0
	Lainnya	16	17,0	17,0	100,0
	Total	94	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 94 responden yang ada, sebanyak 10 orang atau 10% responden bekerja sebagai Pegawai Swasta, sebanyak 14 orang atau 14% responden yang pekerjaannya adalah Pegawai Negeri, sebanyak 50 orang atau 50% responden yang bekerja sebagai wiraswasta, sebanyak 4 orang atau 4% responden sebagai buruh dan sebanyak 16 orang atau 16% responden yang bekerja selain yang tersebut diatas. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, jenis pekerjaan masyarakat Kecamatan Ulee Kareng sebagai responden didominasi oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta.

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan analisis dengan aplikasi komputer SPSS 23, berikut hasil pengujiannya.

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ , dimana untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $94-2$  atau  $df= 92$  dengan  $\alpha 0,05$  didapat  $r_{tabel}$  sebesar  $0,2028$ . Jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 94 reponden dengan memberikan 20 butir pertanyaan yang dibagi menjadi 3 variabel utama yaitu variabel pendapatan ( $X_1$ ) sebanyak 5 butir pertanyaan, variabel gaya hidup ( $X_2$ ) sebanyak 8 butir pertanyaan, dan variabel perilaku konsumsi ( $Y$ ) sebanyak 5 butir pertanyaan. Hasil uji validitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1	Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,665	0,202	Valid
		X2.2	0,584	0,202	Valid
		X2.3	0,804	0,202	Valid
		X2.4	0,694	0,202	Valid
		X2.5	0,796	0,202	Valid
		X2.6	0,234	0,202	Valid
		X2.7	0,705	0,202	Valid
		X2.8	0,543	0,202	Valid
2	Perilaku Konsumsi (Y)	Y1	0,707	0,202	Valid
		Y2	0,737	0,202	Valid
		Y3	0,736	0,202	Valid
		Y4	0,762	0,202	Valid
		Y5	0,708	0,202	Valid

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Hasil output SPSS pada Tabel 4.6 diperoleh data yang menyatakan bahwa dari 20 item pertanyaan yang diberikan kepada 94 responden ditemukan nilai  $r_{hitung}$  (dilihat dari nilai *pearson correlation*) lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbach's*

*alpha* melalui program komputer SPSS versi 23. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$ . Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,727	Reliabel
		X2.2	0,734	Reliabel
		X2.3	0,717	Reliabel
		X2.4	0,731	Reliabel
		X2.5	0,716	Reliabel
		X2.6	0,764	Reliabel
		X2.7	0,727	Reliabel
		X2.8	0,740	Reliabel
2	Perilaku Konsumsi (Y)	Y1	0,753	Reliabel
		Y2	0,751	Reliabel
		Y3	0,753	Reliabel
		Y4	0,750	Reliabel
		Y5	0,759	Reliabel

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Dengan demikian seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

## 4.4 Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,90527450
Most Differences	Extreme Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,062
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari hasil Tabel 4.8 Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,066 dan nilai signifikan sebesar 0,200 atau lebih

besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni, 2016:230). Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10. Penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) pada model regresi.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,964	1,215		23,009	,000		
total_x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012	,989	1,011
total_x2	,190	,043	,419	4,443	,000	,989	1,011

a. Dependent Variable: total\_y

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari hasil tersebut dapat dilihat dari nilai *Tolerance* pada semua variable  $X > 0,10$  ( $X_1 = 0,989$  ;  $X_2 = 0,989$  ) maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Dan hasil perhitungan VIF pada semua variable  $X < 10$  ( $X_1 = 1,011$  ;  $X_2 = 1,011$ ), maka antara nilai *Tolerance* ataupun VIF sama-sama menunjukkan hasil diantara variable sama-sama tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjonodan Julianita, 2011). Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya ( $e$ ) dimana:

1. nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka terjadi gejala heteroskedastisitas
2. nilai probabilitas signifikan  $> 0.05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas



**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,428	___,689		-,621	,536
	total_x1	1,708E+7	,000	,188	1,876	,064
	total_x2	,053	,024	,221	2,201	,070

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Dari Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikan dari setiap variable ( $X_1 = 0,064$  ;  $X_2 = 0,070$ ) lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

#### 4.5 Uji Analisis Linear Berganda

Regresi linear berganda ini digunakan untuk mengukur arah dan besar pengaruh antara variable bebas  $X_1$  (pendapatan),  $X_2$  (gaya hidup) dengan variable terikat yaitu perilaku konsumsi (Y) masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng.

**Tabel 4.11**  
**Uji Analisis Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,964	1,215		23,009	,000
	total x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012
	total x	,190	,043	,419	4,443	,000

a. Dependent Variable: total\_y

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan Tabel 4.11 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (4.1)$$

$$Y = 27,964 + 2,020E+7X_1 + 0,190X_2 + e \quad (4.2)$$

Dapat dilihat nilai konstan sebesar 27,964 yang artinya jika pendapatan dan gaya hidup dianggap konstan maka akan menurunkan perilaku konsumsi sebesar 2796,4%.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda di atas memberikan pengertian bahwa:

- a. Koefisien regresi  $X_1$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Nilai  $b_1$  sebesar 2,020E+7, berarti apabila variabel pendapatan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) masyarakat Kecamatan Ulee Kareng sebesar 2,020E+7 dengan

asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin banyak pendapatan maka akan semakin meningkatkan perilaku konsumsi masyarakat.

- b. Koefisien regresi  $X_2$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Nilai  $b_2$  sebesar 0,190, berarti apabila variabel gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan perilaku konsumsi (Y) masyarakat Kecamatan Ulee Kareng 0,190 dengan asumsi bahwa semakin meningkatnya gaya hidup maka akan meningkat pula perilaku konsumsinya.

#### **4.6 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F, Uji T dan Uji  $R^2$  sebagai berikut:

##### **4.6.1 Uji F (Uji Simultan)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen (Y). Jika signifikan dibawah 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	84,276	2	42,138	11,358	,000 <sup>b</sup>
Residual	337,597	91	3,710		
Total	421,872	93			

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan Tabel 4.12 ditampilkan hasil Uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel pendapatan ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumsi ( $Y$ ). Perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  didapat hasil  $11,358 > 3,10$ , yang diperoleh dari  $df_1 = K-1$  maka  $df_1 = 3-1=2$  dan  $df_2 = n-k$  maka  $94-3=91$  (dimana  $k$  adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan  $n$  adalah jumlah sampel). Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $11,358 > 3,10$ ) dan besarnya sig  $0,000 < 0,05$ , maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (pendapatan dan gaya hidup) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (perilaku konsumsi).

#### 4.6.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) $Y$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusivariabel independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 4.17.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,447 <sup>a</sup>	,200	,182	1,92610

Constant), total\_x, total\_x1

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,200. Hal ini berarti 20% variabel dependen berupa perilaku konsumsi dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu pendapatan dan gaya hidup, sedangkan sisanya sebesar 80% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

#### 4.6.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas (X) yang dimasukkan dalam model regresi secara individual mempengaruhi variabel dependen atau terikat (Y). Apabila nilai *signifikan* lebih kecil dari tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan apabila nilai *sig.* lebih besar dari tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Adapun hasil Uji t dapat dilihat pada Tabel 4.14.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,964	1,215		23,009	,000
	total x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012
	total x	,190	,043	,419	4,443	,000

Sumber: data primer diolah oleh SPSS (2019).

Berdasarkan pada Tabel 4.14 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen sebagai berikut:

### **1. Pengaruh pendapatan (X1) terhadap perilaku konsumsi(Y)**

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui nilai signifikan sebesar 0,012 yang berarti  $0,012 < 0,05$ , t hitung pendapatan sebesar 2,258 dan t tabel sebesar 1,986, maka perbandingan t hitung dengan t tabel didapatkan hasil  $2,258 > 1,986$  atau t hitung  $>$  t tabel. Jadi variabel pendapatan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.

### **2. Pengaruh gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y)**

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti  $0,000 < 0,05$ , t hitung gaya hidup sebesar 4,443 dan t tabel sebesar 1,986, maka perbandingan t hitung dengan t

tabel didapatkan hasil  $4,443 > 1,986$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Jadi variabel gaya hidup ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.

#### **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

##### **4.7.1 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa pendapatan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,258 dan lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,986). Perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,012 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa pendapatan memiliki pengaruh sebesar  $2,0220E+7$  terhadap perilaku konsumsi. Hal ini berarti jika pendapatan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng sebesar  $2,0220E+7$  dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh dipengaruhi oleh pendapatan.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumanti, Sari, dan Putri (2017), yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat pendapatan maka akan memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku konsumsi.

#### **4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa gaya hidup memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,443 dan lebih besar dari  $t$  tabel (1,986). Perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa gaya hidup memiliki pengaruh sebesar 0,190 terhadap perilaku konsumsi. Hal ini berarti jika gaya hidup mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh sebesar 0,190 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat Kecamatan Ulee Kareng berpengaruh positif terhadap gaya hidup.



Temuan ini didukung oleh penelitian Astuti (2016) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini merupakan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, serta hasil pengujian hipotesis yang didapat dari tiap-tiap variabel di penelitian ini. Bagian pertama menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh selama penelitian. Bagian kedua menjelaskan keterbatasan yang ditemukan selama melakukan penelitian, dan bagian akhir merupakan saran yang diberikan peneliti untuk pihak praktisi dan akademis.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.
2. Pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.
3. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh.

## 5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian ini dengan sebaik-baiknya namun pasti terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada masyarakat agar lebih memperhatikan lagi perilaku konsumsinya agar dapat sesuai dengan fondasi ajaran agama Islam yang benar dan lebih terbuka pikirannya dengan menambah wawasan mengenai perilaku konsumen .
2. Diharapkan kepada para konsumen Muslim untuk memahami lebih dalam lagi tentang perilaku konsumen yang sesuai dengan ajaran agama Islam agar tidak menimbulkan kerugian bagi para konsumen dan tidak hanya mengejar keinginan semata agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan bukan keinginan yang ingin dipenuhi.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih bagus mengenai masalah penelitian yang akan diteliti. Dan untuk data-data yang terkumpul untuk setiap konstruk sebaiknya ditambah dengan teknik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahan.

Abdillah, M. (2001). *Agama Ramah Lingkungan Perspektif al-Quran*. Jakarta: Paramadina.

Abercrombie, & Nicholas. (2000). *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Agus, S., Lubis, H., & Hadi, T. (2007). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Aksara Baru.

Ahmad, A. H. (2013: 11). *Maqashid syariah*. Jakarta : AMZAH.

Alfian, M. (2016). Analisis Perbandingan Pola Konsumsi Pangan dan Non Pangan Rumah angga Kaya dan Miskin di Kota Makassar. *Skripsi* .

Ali, H. (2005). *Asuransi Dalam Perspektif Islam: Suatu Tinjauan Analisis, Historis, Teoritis & Praktis*. Jakarta: Prenada Media.

Ali, Y. (2003). *Menggagas Fiqih Sosial dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi Hingga Ukhuwah*. Bandung: Mizan.

Ali, Z. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Alifiana, N. R. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Indomie). *Jurnal Nasional: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus Gondangmanis* .

Almusri, A. (2013). *Maqashid syariah*. Jakarta: AMZAH.

AL-Qardhawi. (2002). *Agama Ramah Lingkungan*. Jakarta: Jakarta Kautsar.

Al-Qardhawi, Y. (2002). *Fiqih peradaban : sunnah sebagai paradigma ilmu pengetahuan*. Surabaya: Dunia Ilmu.

- Amalia, M. N. (2010). *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*. Jakarta: Kencana .
- Amiruddin. (2013). *Ekonomi Mikro (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*. Makassar: Alauddin University Press.
- Amrin, A. (2006). *Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengan Asuransi Konvensional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Anderson, L., & Krathwohl, D. (2001). *Taxonomy for Learning, Teaching, and Assesing. A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Addison Wesley Longman, Inc.
- Arif, S. (2010). *Kesehatan Lingkungan dan Perpsektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ashari, & Santoso, P. B. (2005). *Analisis Statistis dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asman, R. D., & Rosmayani. (2017). analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Mendapatkan Dana Pinjaman Modal Usaha Pada Unit Layanan Modal Mikro (ULAMM) di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu . *Jurnal Valuta* , Vol. 3 No 1.
- As-Sa'di, S. A. (2013). *TAFSIR AL-QUR'AN (4) Surat: Ar-Ra'd Al-Hajj*. Jakarta : DARUL HAQ.
- As-Sa'di, S. A. (2012). *TAFSIR AL-QUR'AN (5) Surat: Al-Mu'minin-Saba'*. Jakarta : DARUL HAQ.
- As-Sa'di, S. A. (2012). *TAFSIR AL-QUR'AN (7) Surat: Adz-Dzariyat - An-Nas*. Jakarta: DARUL HAQ.
- As-Sa'di, S. A. (2011). *TARSIR AL-QUR'AN (3) Surat: Al-A'raf - Yusuf*. Jakarta : DARUL HAQ.

- Astuti, R. P. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama* , Vol 3 No. 2 .
- Atikah, P., & Rahmawati, E. (2012). *Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Audah, J. (2007). *Maqasyid Al-Syariah As Philosophy Of Islamic Law: A Systems Approach*., London: The International Institut Of Islamic Thought.
- Azis, M. A. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2003-3007. *Surakarta: Universitas Selebes Maret* .
- Bimo, w. (2004: 33). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bonar, S. (2002). *Manajemen Jasa Pelayanan*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Bramastuti, N. (2009). *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Keluarga Terhadap Motivasi Berwiraswasta Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chalil, Z. F. (2009). *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga .
- Chaudhry, M. S. (2012 ). *Sistem Ekonomi Islam* . Jakarta : Prenamedia Grup.
- Dewantara. (2010). *Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Didin, H., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Inpress.

- Djamarah, S. B. (2010). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Djamil, F. (2012). *filosafat hukum islam*. jakarta: logos wacana ilmu.
- Djazuli, A. (2003). *Fiqh Siyasa*. Bandung: Prenada Media.
- Ependi, N. (2013). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat. *Skripsi*.
- Fadilla. (2017). Hubungan Antara Pendapatan dan Gaya Hidup Masyarakat dalam Pandangan Islam. *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UUIKA) Bogor* , Vol. 5 No. 1.
- Fauzia, I. Y. (2015). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana (Prenamedia Grup).
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. k. (2015). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam perspektif Maqashid al-syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ganie, A. J. (2011). *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi 4*. Semarang : BP UNDIP.
- Giang, R. R. (2013). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng. *Jurnal EMBA* , Vol. 1 No. 3.
- Gulo, W. (2004). *Metode Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Gumanti, D., Sari, P. M., & Putri, Y. E. (2017). Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi, Dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi Guru SD, SMP, DAN SMA di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. *Jurnal ECONOMICA*, Vol 6 No. 1.

- Hadi, S. (2000). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika* , Vol. 1 No. 2.
- Harjadasoemantri, K. (2006). *hukum tata lingkungan*. Yogyakarta: UGM Perss.
- Hartanto, P. H. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Salon di Kota Yogyakarta. *Skripsi*.
- Hasan, A. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* . Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Hasan, A. (2010 ). *Marketing Bank Syariah* .Bogor: Graha Indonesia.
- Hasibuan, E. P. (2010). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Skripsi*.
- Hermawan, K., & Sula, S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mirzan.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrianawati, E., & Soesatyo, Y. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pedidikan dan Kewirausahaan* , Vol. 3 No. 5.
- Irawan, F. (2002). *sepuluh prinsip kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.



- Jalaluddin. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah. *Jurnal Ekonomi Darussalam*, 4 (1), Volume 4, (No 1), 120-121.
- Jalaluddin, R. (2004: 51). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Johan, S. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan ekonomi*.
- Kara, M. (2009). *Pengantar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin University Press.
- Karim, A. (2007). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khallaf, A. W. (2003). *Ilmu ushul fiqh*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Manajemen Milenium Edition*.
- Kotler, P., & Bowen, J. (2002). *Teori Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kulsum, U. (2018, Februari 18). Diambil kembali dari kontan.co.id
- M Quraish, S. (2007). *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*. Jakarta: Lentera Hati.
- Manan, A. (2014). *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Minor, J. M. (2002). *Perilaku Konsumen (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.

- Moenir. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nababan, S. S. (2013). Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Pengaruhnya Terhadap Pola Konsumsi PNS Dosen dan Tenaga Kependidikan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No.4.
- Nanga, M. (2001). *Makro Ekonomi Teori Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Nawawi, H. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, Anggota IKAPI.
- Nazir. (2010). Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Aceh Utara. *Medan: Tesis Universitas Sumatera Utara*.
- Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen: Pengembangan konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, R. (2010). *Figh Muamalah (Sejarah, hukum dan perkembangannya)*. Banda Aceh: PENA.
- Nurhayati. (2008). Studi Perbandingan Metode Sampling antara Simple Random dengan Stratified Random,. *Jurnal Basis Data (ICT Reseacrh Center UNAS)*, Vol 3 No.1.
- Nurul Huda, Mohammad Heykal. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Pantiyasa, I. (2013). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

- Poppy, R. I. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3 No. 2.
- Purwanto, M. N. (2003). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwati, A. (2011). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , Vol 16 No. 1.
- Putong, I. (2010). *Economics: Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Islam* . Jakarta: Gema Insan Press.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ramadhan, I. (2015). *Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Studi dan Analisis pada Desa Dukupuntang Kecamatan Dukupuntung Kabupaten Cirebon)*. Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rinawati, Yantu, M., & Rauf, R. A. (2014). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Masyarakat Tani Padi Sawah di Desa Karawana Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis* , Vol. 2 No. 6.
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi* . Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- S.Pradja, J. (2015). *Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

- Sahroni, O., & A.Karim, A. (2017). *Maqashid bisnis & keuangan Islam sistesis fikih dan ekonomi*. Depok: Rajawali Pers.
- Sakho, A., & Sudirman, A. (2006). *Fiqh Lingkungan*. Kemang Jakarta: Conservation International Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2010). *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al Mishbah : pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati .
- Sholahuddin, M. (2006). *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*. UMS Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Slameto. (2010: 102). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekartawi. (2002). *Analisis Usaha Tani*. Jakarta : Universitas Indonesia .
- Soemarwoto, O. (2003). *analisis mengenai dampak lingkungan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi Ke-6*. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharsimi, A. (2009). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2000). *Makroekonomi Modern Perkembangan Pemikiran Klasik Hingga Keynesian Baru*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sumardi, W. (2002). *Faktor-Faktor Produktivitas Karyawan*. Jakarta : Bumi Aksara .
- Supranto. (2012). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, Vol. 7 No. 2.
- Sutanta, E. (2011). *Basis Data Dalam Tinjauan Konseptual*. Yogyakarta: Andi.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutriati, Kartikowati, S., & Riadi, R. (2018). Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fkip Universitas Riau. *Jom Fkip* , Vol. 5.
- Syaifuddin, A. (2002). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Penerbit Andi Offiet.
- Ulva, M. (2018). *Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)*. Bandar Lampung: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Umar, H. H. (2007). *Nalar Figh Kontemporer*. jakarta: Persada Press.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahab, H. A. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Makassar: Alauddin University Press.
- Wangke, W. (2010: 39). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Pengembangan Lapangan UAP dan PLTP unit 5 dan 6 PT Pertamina Geothermal Energi. Vol 6 No 39.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Widianto, S. (2018, Februari 18). Diambil kembali dari [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com)
- Widyaningsih. (2015). *Bank dan Asuransi di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zatadini, N., & Syamsuri. (2018). Konsep Maqasid Syariah menurut Al-Syatibi dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal. *Al-Falah: Journal Of Islamic Economics, Vol 3, No 2*.

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER

#### **PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MENURUT PERSEPSI MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)**

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Masyarakat Ulee Kareng Banda Aceh

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan dalam penyusunan tugas akhir berupa skripsi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, maka dengan kerendahan hati peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket berikut dengan jawaban yang sejujurnya. Peneliti bertanggung jawab penuh atas kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas kesediaan dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

**(Risnawati)**

### A. Identitas Responden

1. Nama: .....(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Umur:
  - 25-29 tahun
  - 30-34 tahun
  - 35-39 tahun
  - 40-44 tahun
  - 45-50 tahun
4. Tingkat pendidikan :
  - SD/MI
  - SLTP/MTS
  - SLTA/MA
  - D3/S1/S2
  - Lainnya
5. Jenis pekerjaan anda:
  - Pegawai Swasta
  - Pegawai Negeri
  - Wiraswasta
  - Buruh
  - Lain-lain
6. Berapakah jumlah penghasilan perbulan ?  
 .....



## B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) seberapa tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut. Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu antara 1-5 yang mempunyai arti:

Keterangan	Simbol	Skala Pengukuran
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

### Gaya Hidup (X<sub>2</sub>)

No	Pertanyaan/Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		ST	TS	N	S	SS
1	Anda selalu mengutamakan penggunaan pakaian yang sesuai dengan ketentuan syariah					
2	Anda selalu tertarik mencoba dan mengkonsumsi makanan yang halal di setiap rumah makan yang di rekomendasikan teman					
3	Anda sangat betah untuk menghabiskan waktu di warung kopi yang menyediakan dan dekat					

	dengan tempat ibadah					
4	Anda selalu memperhatikan logo atau label halal pada kemasan sebelum membeli suatu barang					
5	Anda selalu tertarik dengan pakaian syar'i terbaru yang sedang trend					
6	Anda selalu melihat merek dan model sebelum membeli pakaian					
7	Anda selalu tertarik dengan iklan produk halal dan ingin membelinya					
8	Anda selalu mengutamakan produk dengan merek yang sudah terkenal					

### Perilaku Konsumsi Islam (Y)

No	Pertanyaan/Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Anda mengetahui perilaku konsumsi secara Islami (Halal, tidak berlebihan, tidak memaksa kehendak)					
2	Anda memahami bahwa konsumsi yang anda lakukan harus memiliki manfaat materil dan spiritual					
3	Anda menyadari bahwa konsumsi yang anda lakukan harus dipertanggungjawabkan kepada Allah					

4	Anda mengetahui dengan jelas bahwa dalam islam dilarang melakukan konsumsi secara berlebihan					
5	Anda mengetahui bahwa konsumsi yang anda lakukan bagian dari sarana ibadah anda kepada Allah					



## Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (X <sub>i</sub> )
1	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	3000000
2	Laki-laki	40-44 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	4000000
3	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3000000
4	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1000000
5	Laki-laki	35-39 tahun	SMA	Lainnya	3800000
6	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	2000000
7	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1500000
8	Perempuan	45-50 tahun	SMA	Wiraswasta	5000000
9	Laki-laki	45-50 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4000000
10	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1000000
11	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1000000
12	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3800000
13	Perempuan	35-39 tahun	SMA	Wiraswasta	3000000
14	Laki-laki	25-29 tahun	SMA	Buruh	2000000
15	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2000000
16	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	4000000
17	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	2000000
18	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	2000000
19	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	2500000

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (X <sub>i</sub> )
20	Perempuan	30-34 tahun	SMA	Wiraswasta	4500000
21	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2000000
22	Laki-laki	25-29 tahun	SMA	Wiraswasta	2500000
23	Laki-laki	40-44 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	5000000
24	Laki-laki	35-39 tahun	SMA	Wiraswasta	3000000
25	Laki-laki	35-39 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	4000000
26	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4500000
27	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
28	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4000000
29	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3400000
30	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3000000
31	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3500000
32	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
33	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1250000
34	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	5000000
35	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3500000
36	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
37	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1250000
38	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4000000

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (X <sub>i</sub> )
39	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
40	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Buruh	2500000
41	Perempuan	35-39 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4200000
42	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3000000
43	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1000000
44	Laki-laki	35-39 tahun	SMA	Lainnya	1000000
45	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1500000
46	Laki-laki	45-50 tahun	SMA	Wiraswasta	5000000
47	Perempuan	45-50 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4000000
48	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4000000
49	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3000000
50	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1000000
51	Laki-laki	30-34 tahun	SMA	Lainnya	5000000
52	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	3000000
53	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1500000
54	Laki-laki	45-50 tahun	SMA	Wiraswasta	5000000
55	Perempuan	45-50 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4000000
56	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4000000
57	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1000000

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (X <sub>i</sub> )
58	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1000000
59	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3800000
60	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	1000000
61	Perempuan	30-34 tahun	SMA	Wiraswasta	2500000
62	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	2800000
63	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	2100000
64	Laki-laki	25-29 tahun	SMA	Wiraswasta	2500000
65	Laki-laki	35-39 tahun	SMA	Wiraswasta	3000000
66	Laki-laki	25-29 tahun	SMA	Buruh	2000000
67	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3000000
68	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	4000000
69	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	2000000
70	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Lainnya	2000000
71	Perempuan	30-34 tahun	SMA	Wiraswasta	4500000
72	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2000000
73	Laki-laki	25-29 tahun	SMA	Wiraswasta	2500000
74	Perempuan	40-44 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	5000000
75	Laki-laki	35-39 tahun	SMA	Wiraswasta	3000000
76	Perempuan	40-44 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	4500000
77	Perempuan	25-29 tahun	SMA	Wiraswasta	2000000
78	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4500000
79	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	6000000

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (X <sub>1</sub> )
80	Perempuan	35-39 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Swasta	4000000
81	Laki-laki	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4500000
82	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
83	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4000000
84	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3400000
85	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Pegawai Negeri	3000000
86	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	5000000
87	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	3500000
88	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
89	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	1250000
90	Perempuan	30-34 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4000000
91	Laki-laki	25-29 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	2500000
92	Perempuan	25-29 tahun	D3/S1/S2	Buruh	2500000
93	Laki-laki	35-39 tahun	D3/S1/S2	Wiraswasta	4200000
94	Laki-laki	45-50 tahun	SMA	Wiraswasta	5000000



### Gaya Hidup (X<sub>2</sub>)

No	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	X <sub>2</sub> ,	TOTAL
1	3	3	3	3	2	4	2	3	23
2	4	3	4	4	4	5	2	2	28
3	5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	5	4	2	3	3	4	2	1	24
5	4	3	3	4	3	3	4	4	28
6	4	5	4	3	3	5	3	2	29
7	2	2	3	3	3	5	2	2	22
8	2	3	2	2	2	4	2	2	19
9	2	2	2	2	2	4	2	2	18
10	2	2	2	3	2	4	2	2	19
11	2	2	2	3	2	4	2	2	19
12	3	3	2	3	2	3	3	3	22
13	4	2	2	4	2	4	3	4	25
14	4	5	4	5	4	4	4	5	35
15	2	2	2	3	2	4	2	2	19
16	5	3	3	2	2	4	3	3	25
17	4	4	3	3	3	3	2	3	25
18	3	3	3	4	3	4	4	3	27
19	5	1	3	3	2	5	4	2	25
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	4	3	4	4	4	2	3	27
22	2	5	1	1	1	5	1	5	21
23	2	4	3	3	4	3	4	4	27
24	5	2	5	2	5	5	5	2	31
25	2	2	1	3	2	4	2	3	19
26	5	3	5	5	5	5	3	4	35
27	4	4	4	3	3	4	4	3	29
28	5	2	4	2	3	4	4	2	26
29	4	3	4	4	4	4	3	3	29

No	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	TOTAL
30	5	5	3	3	4	4	3	4	31
31	4	4	3	3	2	4	3	2	25
32	5	3	4	3	3	5	3	3	29
33	5	4	3	4	4	4	3	2	29
34	3	3	3	2	3	5	3	2	24
35	5	5	4	5	4	4	3	4	34
36	5	2	2	4	4	5	4	2	28
37	3	1	3	3	2	5	3	4	24
38	3	1	3	3	2	5	3	4	24
39	4	3	4	4	3	5	3	2	28
40	3	3	3	3	2	4	2	3	23
50	5	4	2	3	3	4	2	1	34
51	4	3	3	4	3	3	4	4	24
52	4	5	4	3	3	5	3	2	28
53	2	2	3	3	3	5	2	2	29
54	2	3	2	2	2	4	2	2	22
55	2	2	2	2	2	4	2	2	19
56	2	2	2	3	2	4	2	2	18
57	2	2	2	2	2	4	2	2	19
58	4	2	2	3	2	4	2	2	19
59	3	3	2	3	2	4	3	3	21
60	4	2	2	3	2	3	3	4	23
61	2	2	2	3	3	4	3	3	24
62	3	4	3	4	4	4	4	4	22
63	4	5	3	3	2	4	2	4	30
64	4	4	4	5	4	5	4	4	27
65	2	3	2	4	2	3	2	3	34
66	4	4	4	4	4	4	4	4	21
67	4	4	4	5	3	4	3	3	32

No	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	X2,	TOTAL
68	4	4	4	4	4	4	4	4	30
69	3	2	3	3	3	5	4	4	32
70	4	5	4	4	4	4	3	3	27
71	3	4	4	4	4	4	4	4	31
72	3	5	2	3	2	3	3	3	31
73	4	3	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	4	5	5	4	4	4	31
75	3	4	2	4	4	4	4	2	36
76	4	5	4	4	2	4	4	2	27
77	2	4	4	3	2	4	4	4	29
78	2	2	4	4	3	4	3	4	27
79	4	4	4	3	4	4	4	4	26
80	4	2	4	4	3	4	4	4	31
81	4	3	4	4	3	4	4	4	29
82	4	4	3	4	2	3	4	4	30
83	4	5	4	4	5	4	4	4	28
84		4	3	4	4	4	4	3	34
85	3	2	4	4	2	4	4	4	30
86	3	4	4	4	3	3	4	3	27
87	3	4	4	4	3	4	3	4	28
88	3	2	3	2	3	4	4	4	29
89	3	3	4	4	4	3	3	4	25
90	4	4	4	4	4	3	3	4	27
91	3	3	4	4	5	5	5	5	30
92	4	5	4	5	4	5	4	5	34
93	3	3	3	4	2	4	4	4	36
94	2	3	2	2	2	4	2	2	27

### Perilaku Konsumsi (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
1	4	4	5	5	5	23
2	5	4	5	4	4	22
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	4	24
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	4	4	4	4	21
13	5	5	5	5	4	24
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	5	5	24
17	3	3	4	5	4	19
18	5	5	5	5	5	25
19	5	4	5	5	5	24
20	4	4	5	5	5	23
21	4	5	5	5	5	24
22	4	4	4	5	5	22
23	4	4	5	4	4	21
24	4	4	5	5	5	23
25	3	4	5	5	5	22
26	5	5	4	5	5	24
27	5	5	5	5	4	24
28	5	4	5	4	5	23
29	4	4	4	4	4	20
30	4	3	5	4	5	21

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
31	4	3	5	5	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	3	5	4	5	21
34	4	4	5	5	5	23
35	3	4	5	5	4	21
36	4	4	5	4	4	21
37	5	4	5	5	5	24
38	5	4	5	5	5	24
39	4	4	5	4	5	22
40	5	3	4	4	4	20
41	5	4	5	5	5	24
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	5	5	23
44	4	4	5	5	5	23
45	4	4	4	5	5	22
46	4	4	5	4	5	22
47	4	4	5	5	5	23
48	5	4	5	5	4	23
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	5	5	5	23
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	4	24
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	5	4	4	4	4	21
60	5	5	5	5	4	24
61	5	4	5	5	5	24
62	4	4	4	4	4	20

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
63	5	5	5	5	5	25
64	4	5	5	4	4	22
65	4	4	4	4	5	21
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	5	5	22
70	4	4	5	4	4	21
71	4	4	4	4	4	20
72	5	4	4	4	4	21
73	4	4	5	4	4	21
74	5	4	4	5	4	22
75	5	4	4	5	4	22
76	5	4	4	4	5	22
77	3	3	5	5	4	20
78	3	4	3	4	4	18
79	4	3	4	4	4	19
80	5	4	4	4	5	22
81	4	3	3	4	4	18
82	5	4	5	4	4	22
83	4	5	5	4	4	22
84	3	3	4	4	4	18
85	5	4	4	5	4	22
86	3	4	4	3	3	17
87	4	4	3	3	4	18
88	5	4	5	4	4	22
89	4	4	4	4	3	19
90	3	4	4	4	4	19
91	4	4	4	5	4	21
92	4	4	3	3	4	18
93	5	4	4	5	4	22
94	5	5	5	5	5	25



	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,034	,000	,009	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x2.6	Pearson Correlation	,185	-,078	,247*	-,014	,219*	1	,048	-,096	,234*
	Sig. (2-tailed)	,074	,454	,017	,891	,034		,643	,360	,023
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x2.7	Pearson Correlation	,89**	,177	,549**	,405**	,516**	,048	1	,486**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,087	,000	,000	,000	,643		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x2.8	Pearson Correlation	,065	,239*	,329**	,399**	,269**	-,096	,486**	1	,543**
	Sig. (2-tailed)	,535	,020	,001	,000	,009	,360	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Total_X2	Pearson Correlation	,65**	,584**	,804**	,694**	,796**	,234*	,705**	,543**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,023	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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



## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	50,1915	76,866	,597	,727
x2.2	50,4681	77,563	,497	,734
x2.3	50,5745	75,494	,765	,717
x2.4	50,3191	78,542	,645	,731
x2.5	50,6702	75,105	,753	,716
x2.6	49,6277	86,279	,170	,764
x2.7	50,6064	77,639	,652	,727
x2.8	50,6277	79,720	,466	,740
Total X2	26,8723	22,156	1,000	,789

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	9

## b. Variabel Perilaku Konsumsi

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	,540**	,301**	,345**	,319**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,001	,002	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	,540**	1	,398**	,395**	,321**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,002	,000
	N	94	94	94	94	94	94

Y3	Pearson						
	Correlation	,301**	,398**	1	,550**	,468**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson						
	Correlation	,345**	,395**	,550**	1	,532**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson						
	Correlation	,319**	,321**	,468**	,532**	1	,708**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94
TOTAL_Y	Pearson						
	Correlation	,707**	,737**	,736**	,762**	,708**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94

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

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	40,1064	14,677	,618	,753
Y2	40,3085	14,753	,662	,751
Y3	39,9149	14,874	,664	,753
Y4	39,9468	14,825	,698	,750
Y5	40,0213	15,161	,635	,759
TOTAL_Y	22,2553	4,536	1,000	,779

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	6

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,90527450
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,062
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### b. Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,964	1,215		23,009	,000		
jumlah x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012	,989	1,011
total x2	,190	,043	,419	4,443	,000	,989	1,011

a. Dependent Variable: total\_y

### c. Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,428	,689		-,621	,536
jumlah_x1	1,708E+7	,000	,188	1,876	,064
total x2	,053	,024	,221	2,201	,070

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### 3. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27,964	1,215		23,009	,000
jumlah_x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012
total x2	,190	,043	,419	4,443	,000

a. Dependent Variable: total\_y

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	84,276	2	42,138	11,358	,000 <sup>b</sup>
Residual	337,597	91	3,710		
Total	421,872	93			

a. Dependent Variable: total\_y

### b. Uji Parsial (Uji T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27,964	1,215		23,009	,000
jumlah_x1	2,020E+7	,000	,119	2,258	,012
total_x2	,190	,043	,419	4,443	,000

a. Dependent Variable: total\_y

### c. Uji Determinasi (R<sub>2</sub>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,447 <sup>a</sup>	,200	,182	1,92610

a. Predictors: (Constant), total\_x2, jumlah\_x1