

SKRIPSI

**PENGARUH PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI ISLAM,
KONFORMITAS, DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI EKONOMI
SYARIAH FEBI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**AULIA RIZKI
NIM. 170602166**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Aulia Rizki

NIM : 170602166

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Banda Aceh, 21 Desember 2021

yang menyatakan,



Aulia Rizki

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas
Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada
Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry
Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Aulia Rizki
NIM. 170602166

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas
Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada
Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry
Banda Aceh**

Aulia Rizki
NIM. 170602166

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

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 11 Januari 2022 M
9 Jumadil Akhir 1443 H
Banda Aceh.

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

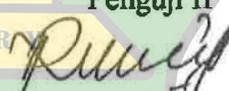

Dr. Nijam Sari, Lc, M. Ag
NIP. 167103172008012007


Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Penguji I

Penguji II


Khairul Amri, S.E., M. Si
NIDN. 0106077507


Rina Desiana, M.E
NIP. 199112102019032018

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**



Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aulia Rizki
NIM : 170602166
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 170602166@student-ar-raniry.ac.id

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 Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”.

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

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

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

Dibuat di : Banda Aceh, 12 Januari 2022

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Aulia Rizki

Dr. Nilam Sari, LC, M. Ag

Junia Farma, M. Ag

NIM.170602166

NIP.197103172008012007

NIP.199206142019032039

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, dimana atas berkah rahmaT-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Kemudian, salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”**. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari dalam penulisan proposal ini masih terdapat banyak kesalahan baik dari susunan kata maupun kalimat. Namun, penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin agar proposal ini dapat tersusun sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, besar harapan penulis agar pembaca dapat memberikan kritik dan sarannya agar terciptanya kesempurnaan dalam proposal skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya dalam penyelesaian proposal ini. Penulis

mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M. Ag selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Fitri, S. E, M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Ariffin, Ph. selaku Ketua Laboratorium dan Rina Desiana, ME selaku Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nilam Sari, Lc. M. Ag selaku pembimbing I dan Junia Farma, M. Ag selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Khairul Amri, S.E., M.Si selaku penguji I dan Rina Desiana, M.E selaku penguji II yang telah banyak memberi masukan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

6. Jalaluddin ST., MA selaku pembimbing akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah serta segenap staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh sebagai tempat penelitian ini dilakukan.
7. Kedua orang tua yang terhormat dan yang tercinta Ayahanda Mukhnizen serta Ibunda Asmawati yang telah mendidik, memberikan bimbingan hidup, memberikan dukungan ketika penulis putus asa, yang selalu menyemangati dan menyayangi serta do'a yang tiada henti kepada penulis.
8. Teruntuk kakak penulis yang tersayang Anisa putri anda yang telah memberikan kasih sayang, membantu dan selalu menyemangati serta memberikan motivasi kepada penulis.
9. Teruntuk sahabat peneliti Fhany septari yang telah membantu saya mengarahkan tujuan dan target selanjutnya dalam penulisan skripsi ini, dan juga teruntuk sahabat saya Lisa angraini yang telah memberikan dukungan serta semangat yang tiada hentinya untuk peneliti.
10. Teruntuk teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa

S1 Ekonomi Syariah Leting 2017 sebagai sumber kebahagiaan penulis selama menjalani perkuliahan di kampus.

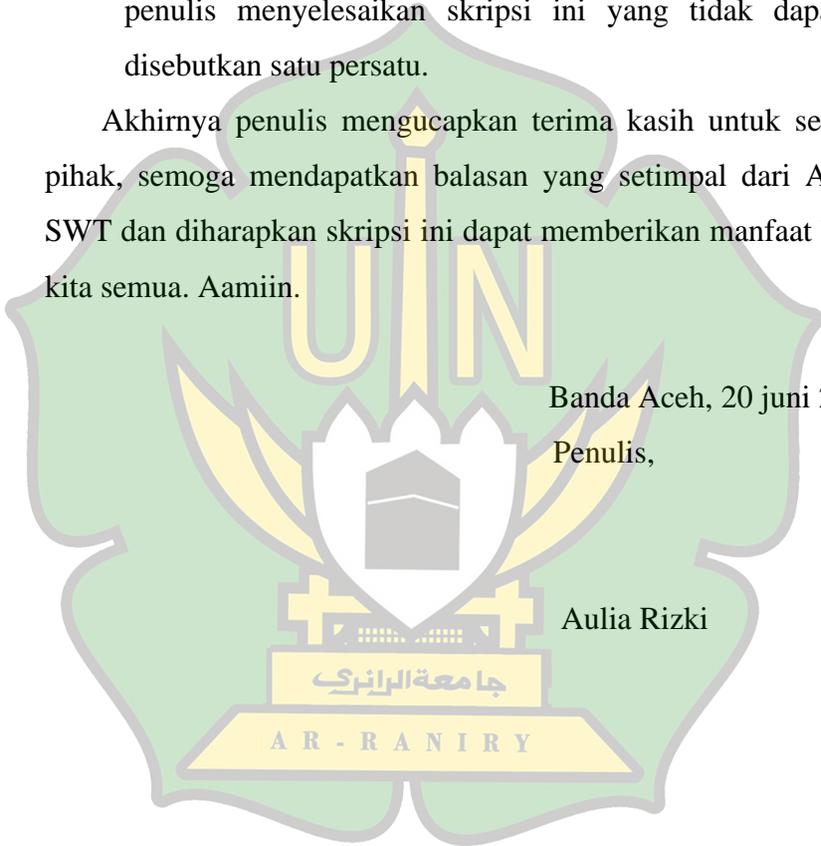
11. Semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak, semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Banda Aceh, 20 juni 2021

Penulis,

Aulia Rizki



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	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y

15	ض	D			
----	---	---	--	--	--

2. Vokal

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

a. Vokal

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</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

haulā : هول

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
اِ/يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

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:

raudah al-atfāl/ raudatulatfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/al-Madīnatul

Munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalhah : طَلْحَةَ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, 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 mahasiswa : Aulia Rizki
NIM : 170602166
Fakultas/program studi : FEBI/Ekonomi syariah
Judul skripsi : Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi
Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup
Terhadap Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah
FEBI UIN Ar-raniry Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, Lc, M. Ag
Pembimbing II : Junia Farma, M. Ag

Sikap berlebihan dalam membeli suatu produk secara terus menerus tanpa didasari dengan pertimbangan tertentu serta mengikuti keinginan semata, maka akan membentuk suatu perilaku konsumtif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Teknik pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 90 orang, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Kata kunci: pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, gaya hidup, perilaku konsumtif.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Akademis (Teoritis).....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis (Operasional).....	11
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.2 Perilaku Konsumtif.....	14
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	14
2.2.2 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif.....	15
2.2.3 Teori perilaku Konsumen	16
2.2.4 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	17
2.2.5 Indikator Perilaku Konsumtif	19

2.3	Pemahaman Etika Konsumsi Islam	19
2.3.1	Pengertian Pemahaman Etika Konsumsi Islam	19
2.3.2	Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islam	21
2.3.3	Indikator Etika Konsumsi Islam	22
2.4	Konformitas	22
2.4.1	Pengertian Konformitas	22
2.4.2	Indikator–indikator perilaku konformitas:	23
2.5	Gaya Hidup	23
2.5.1	Pengertian Gaya Hidup	23
2.5.2	Indikator indikator gaya hidup:	24
2.6	Teori utility dan masalah	24
2.6.1	Utility	24
2.6.2	Masalah	25
2.7	Penelitian Terkait	26
2.8	Keterkaitan antar variabel	32
2.8.1	Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif	32
2.8.2	Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif	32
2.8.3	Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ..	32
2.9	Kerangka Pemikiran	33
2.10	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Jenis dan sumber data	35
3.2.1	Jenis penelitian	35
3.2.2	Sumber data	36
3.3	Metode pengumpulan data	36
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel	37
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	39
3.6	Skala Pengukuran	39

3.7	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
3.8	Analisis Data	43
3.8.1	Uji Instrumen.....	43
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	45
3.8.3	Analisis Regresi Linier berganda	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
4.2	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	52
4.3	Karakteristik Responden	53
4.3.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.3.2	Responden Menurut Tahun Angkatan.....	54
4.3.3	Reponden Menurut Jumlah Berbelanja barang- barang pada e-commerce online	54
4.4	Uji Validitas	55
4.5	Uji Reliabilitas.....	58
4.6	Uji Asumsi Klasik	59
4.6.1	Uji Normalitas	60
4.6.2	Uji Multikolinieritas	62
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	63
4.7	Teknik Analisis Data	65
4.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.8	Pengujian Hipotesis	68
4.8.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)	68
4.8.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)	71
4.9	Pembahasan	72
4.9.1	Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.	73

4.9.2 Pengaruh konformitas Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.	74
4.9.3 Pengaruh gaya hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.	75
4.9.4 Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.	76
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

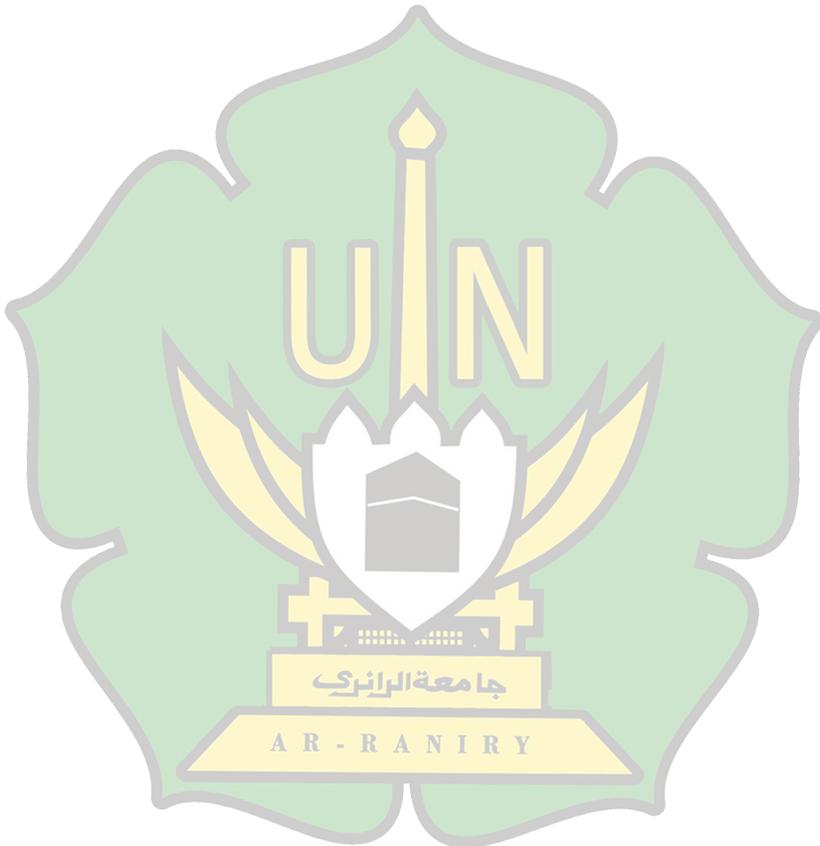


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perilaku Belanja Online Masyarakat Indonesia.....	21
Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	45
Tabel 3.1 Jumlah Sampel.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert.....	53
Tabel 3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Responden Menurut Tahun Angkatan.....	54
Tabel 4.3 Responden Menurut Frekuensi pembelian di E-commerce.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X1.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X3.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Diterminasi.....	67
Tabel 4.13 Uji Parsial T.....	69
Tabel 4.14 Uji Simultan (F).....	71

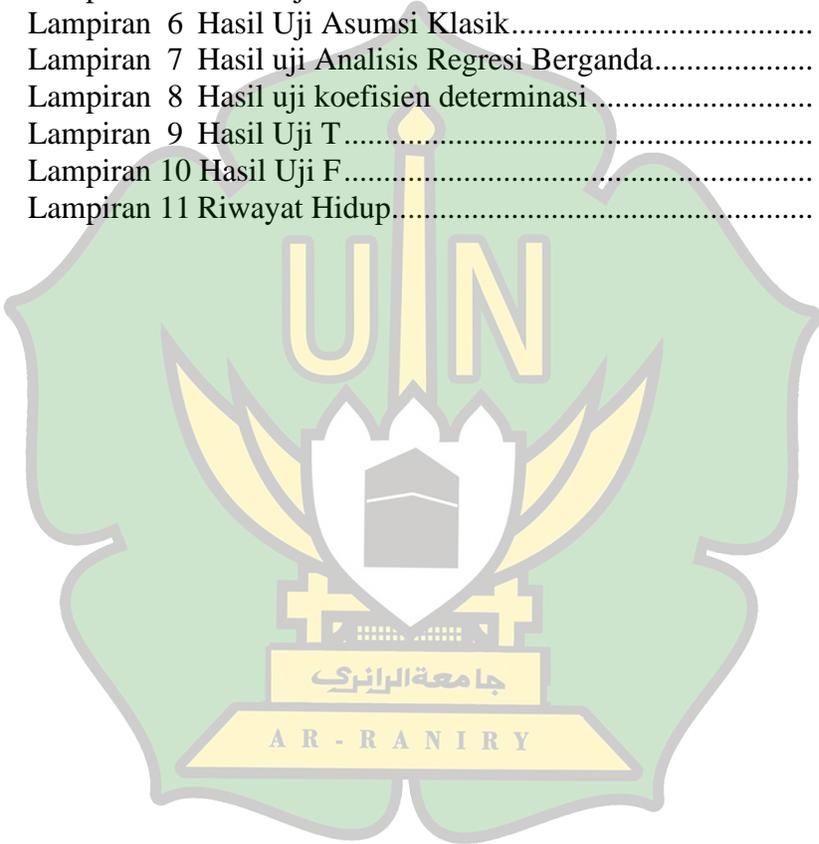
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penelitian Terkait.....	33
Gambar 4.1 Normal P-plot	61
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian.....	84
Lampiran 2 Data 90 responden.....	88
Lampiran 3 Data Karakteristik 90 responden.....	90
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	91
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 7 Hasil uji Analisis Regresi Berganda.....	97
Lampiran 8 Hasil uji koefisien determinasi.....	98
Lampiran 9 Hasil Uji T.....	98
Lampiran 10 Hasil Uji F.....	99
Lampiran 11 Riwayat Hidup.....	99



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Era globalisasi di Indonesia saat ini telah mendorong perkembangan perekonomian suatu negara. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan industri yang dapat menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Banyaknya persediaan barang yang melimpah dan memiliki banyak pilihan membuat masyarakat tertarik dan mengkonsumsi barang tersebut. Kecenderungan untuk membeli, terkadang bukan lagi untuk memenuhi suatu kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan, seperti mengikuti trend, gengsi, dan berbagai alasan lainnya (Anggraini et al., 2017).

Faktor tersebut tentunya akan mempengaruhi sikap dan daya beli terhadap suatu produk. Sikap berlebihan di dalam membeli terhadap suatu produk secara terus menerus tanpa didasari dengan pertimbangan tertentu serta mengikuti keinginan semata, maka akan membentuk suatu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan dan kesenangan dunia (Oktavia, 2018).

Perilaku konsumtif ini tidak hanya terjadi di kalangan orang dewasa melainkan juga terjadi di kalangan remaja (Imawati, 2013). Masa remaja merupakan salah satu periode yang penting dalam

suatu rentang kehidupan (Fitri, 2018). Pada masa ini para remaja memiliki kesempatan yang besar untuk mengalami hal-hal yang baru serta menemukan sumber-sumber dari kekuatan, bakat serta kemampuan yang ada didalam dirinya. Sementara itu pada masa remaja juga dihadapkan pada tantangan, batasan dan kekangan-kekangan yang datang baik dari dalam diri maupun dari luar dirinya sendiri. Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif.

Biasanya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang fokusnya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, et al., 2015). Diantara faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga. Adapun faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup.

Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang sudah terbentuk melalui interaksi sosial, sederhananya gaya hidup juga bisa diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap dan harapan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup (Triyaningsih, 2011). Gaya

hidup merupakan pengaruh terbesar yang bisa mempengaruhi seseorang untuk melakukan aktivitas pembelian dan penggunaan produk

Karakteristik remaja begitu penting untuk dikaji jika dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang dilakukannya, masa remaja cenderung mengikuti trend tingkah laku yang ada dalam kelompoknya, keinginan untuk mengubah keyakinan dan perilaku agar terlihat sama dengan temannya atau kelompoknya ini yang disebut sebagai konformitas, konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok (Myers, 2010). Hal tersebut terlihat dari kecenderungan individu untuk selalu menyesuaikan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun ketersaingan.

Dengan demikian penelitian ini berfokus terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Menurut Iisma (2016) Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja yang kesehariannya tidak dapat terlepas dari kegiatan konsumsi, kebutuhan kuliah dan berbagai hal lainnya yang dapat menunjang penampilannya. Dari hasil penelitian sebelumnya disebutkan bahwa mahasiswa memiliki cukup ketertarikan terhadap kegiatan konsumsi, seperti berbelanja barang-barang yang bermerek, jalan-jalan, dan sering melakukan kegiatan di luar dari perencanaan (Oktafikasari & Mahmud, 2017).

Binus University (2019) menyebutkan bahwa terdapat jumlah peningkatan masyarakat Indonesia yang melakukan

kegiatan transaksi e-commerce sebesar 5.9 % jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, akan tetapi hal ini masih dapat bertumbuh dikarenakan penetrasi pasar online di Indonesia juga masih cukup rendah, yaitu senilai 40%.

Tabel 1. 1
Perilaku Belanja Online Masyarakat Indonesia

Produk	Nilai Transaksi	Pertumbuhan
pakaian dan kecantikan	USD 2.307 M	18%
media elektronik	USD 2.643 M	24%
perawatan	USD 1.452 M	30%
mainan dan hobby	USD 1.46 M	23%
furniture	USD 1.647 M	25%
perjalanan dan akomodasi	USD 9.376 M	17%
alat musik	USD 110 M	8.20%
video game	USD 861 M	12%

Sumber : Data Binus University

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat peningkatan yang sangat signifikan pada perilaku konsumsi belanja online masyarakat Indonesia, pertumbuhan yang paling tinggi itu diisi oleh kategori produk makanan dan produk perawatan yaitu sebesar 30%, kemudian penempatan kedua di isi oleh kategori produk mainan dan hobby yaitu sebesar 25%, dan diposisi ketiga itu diisi oleh

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Q.S Al A’raaf : 31).

Islam telah mengaturnya sedemikian rupa agar manusia tidak terjatuh dalam kerusakan dan kesesatan. Dalam AlQuran, Allah telah mengingatkan manusia untuk melakukan kegiatan konsumsi secara seimbang serta berlaku adil (QS Al-Baqarah ayat 168 dan 173).

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ۝ ١٦٨ ﴾

Artinya : ”Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (Q.S Al Baqarah : 168)

﴿ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُمَّ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهَلَ بِهِ ۖ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ۝ ١٧٣ ﴾

Artinya : “Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Akan tetapi, siapa yang terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya.

Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.
(Q.S Al Baqarah : 173)

Begitupun dalam hadist, Rasulullah S.A.W banyak mengajarkan manusia untuk berlaku secukupnya dalam kegiatan konsumsi. Namun, dalam faktanya masih banyak orang yang berlaku boros serta berlebih-lebihan yang mengakibatkan kerawanan pangan di berbagai tempat yang kemudian berakibat pada tidak terkendalinya harga barang-barang di pasaran. Islam mendefinisikan bahwasanya konsep konsumsi sebagai penggunaan terhadap suatu produk yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan (Jenita & Rustam, 2017).

Etika konsumsi Islam mengutamakan mashlahah atau manfaat dan menghindari israf (pemborosan) ataupun tabzir (menghambur hamburkan) uang harta tanpa guna serta tidak melebihi pendapatan yang diperoleh.

Sebagian mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh mengatakan bahwa membeli barang-barang seperti pakaian, smartphone dan lain sebagainya adalah kepuasan tersendiri baginya, mereka sangat senang setiap kali ada barang baru, ketertarikan terhadap pada model barang tersebut sering kali membuatnya selalu ingin membeli barang tersebut. Mereka juga berpendapat bahwa keinginannya dalam membeli barang juga karena dipengaruhi oleh teman-temannya melihat temannya membeli barang baru maka ia juga ikut membelinya, padahal barang-barang yang dulu masih bagus akan tetapi barang

yang dulu hanya saja sudah tidak trend lagi. Apabila ia tidak ikut membelinya ia merasa gengsi atau merasa ketinggalan jaman.

Kemudian sebagian mahasiswa di Fakultas tersebut juga ikut berpendapat bahwa barang-barang dengan merek tertentu mempunyai nilai penilaian tersendiri apabila orang-orang lain melihatnya. Contohnya barang-barang seperti ponsel iPhone, barang tersebut merupakan kebutuhan yang harus terpenuhi di kalangan mahasiswa selain menunjang aktifitas perkuliahan juga menunjang dirinya untuk tampil lebih percaya diri.

Adapun penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Supriadi (2020) membahas tentang pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman etika konsumsi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menambahkan variabel konformitas dan variabel gaya hidup sebagai variabel dependen serta objek yang diteliti dan periode penelitian yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan di atas penelitian ini berupaya untuk membuktikan hasil dari **“Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”**.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui sejauh mana pemahaman terhadap etika konsumsi Islam yang telah dipahami

dan dipelajari oleh mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka sehari-hari. Sebab, sebagai seorang akademisi, dan juga berpendidikan sudah seharusnya dapat memahami dan menerapkan teori-teori dalam ekonomi Islam terkhusus tentang etika konsumsi Islam. dan juga ingin mengetahui apakah konformitas dan gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pemahaman etika konsumsi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
2. Apakah konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
4. Apakah pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemahaman etika konsumsi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Untuk mengetahui konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh
3. Untuk mengetahui gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh
4. Untuk mengetahui pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsi terhadap pengembangan dan pemahaman dalam proses studi mahasiswa pada jurusan Ekonomi Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi teori dalam pelaksanaan penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.1 Kegunaan Akademis (Teoritis)

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsi terhadap pengembangan dan pemahaman dalam proses studi mahasiswa Ekonomi Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

1.4.2 Kegunaan Praktis (Operasional)

Penelitian ini dapat memberikan masukan informasi mengenai pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup kepada mahasiswa yang berkenaan dengan perilaku konsumtif kemudian diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan agar penelitian lebih teratur dan terarah serta memudahkan pembaca. Berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan teori mengenai definisi pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dan pembahasan hasil-hasil penelitian yang menjadi acuan dalam penyusunan proposal.

BAB III Metodologi Penelitian

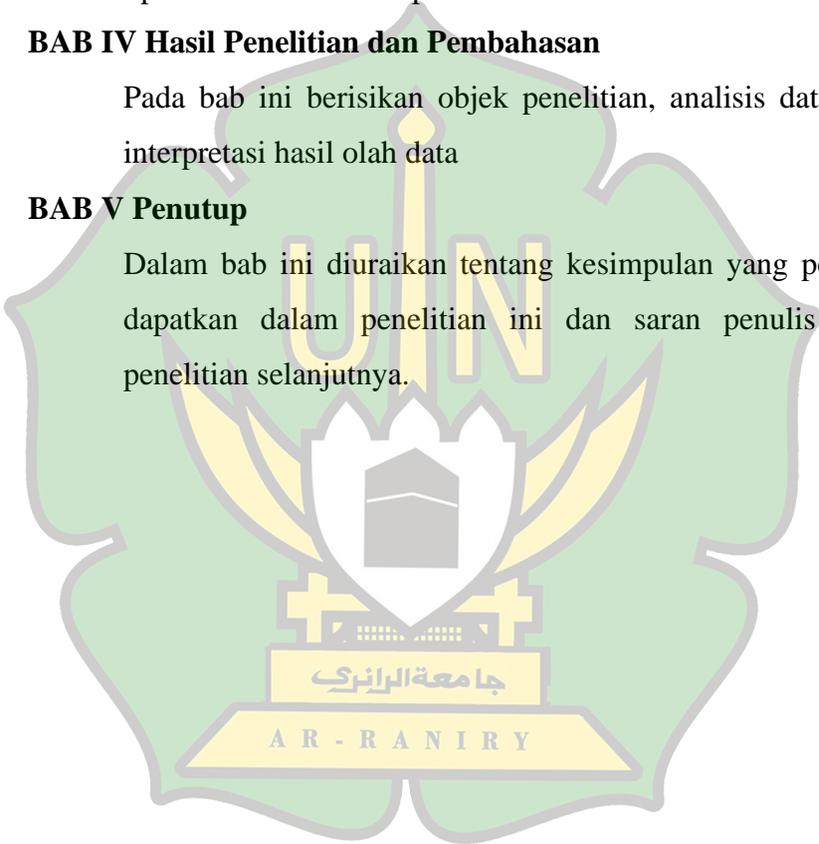
Ada bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, jenis data, sumber data teknik analisis data, teknik pengambilan data, objek penelitian dan lokasi penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil olah data

BAB V Penutup

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan yang penulis dapatkan dalam penelitian ini dan saran penulis bagi penelitian selanjutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan, dapat memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen mengacu kepada perilaku pembelian individu pembelian terakhir dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Priansa, 2018:61).

Lebih lanjut lagi perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentu kegiatan tersebut. Perilaku konsumsi diartikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut (Wahyuni, 2000:7).

Menurut Schiffman dan Kanuk dijelaskan bahwa Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen merupakan

suatu hal yang dinamis karena pikiran, perasaan dan tindakan dari konsumen senantiasa berubah (Sumarwan, 2004:25)

Jadi, dapat disimpulkan bahwasanya yang dimaksud dengan perilaku konsumen merupakan suatu proses bagaimana konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, kemudian mengevaluasi, dan menghabiskan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2.2 Perilaku Konsumtif

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Kata “Konsumtif” mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Perilaku konsumtif dapat diartikan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros (Dikria, 2016:132).

Perilaku konsumtif tersebut mengarah pada suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Artinya, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata. Fenomena ini muncul dikarenakan

masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan. Artinya masyarakat tidak lagi mengenali kebutuhan yang sejati, namun justru selalu tergoda untuk memuaskan keinginannya yang semu agar disebut orang modern (Sumartono, 2002:117).

Berdasarkan uraian yang diungkapkan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah pola hidup individu yang dinyatakan dengan tindakan dan kebiasaan, serta menggambarkan bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungannya dan mencerminkan individu dalam berbuat dan berperilaku. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat berarti sebagai pola hidup individu yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana menghabiskan waktu.

2.2.2 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Setiap orang akan memiliki ciri khas masing-masing dalam mengkonsumsi sesuatu, termasuk dalam berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sangat bermacam-macam dan memiliki ciri khas tertentu, salah satunya yaitu perilaku konsumtif, dalam bentuk gaya (penampilan) yang mereka punya akan memberikan ciri khas yang tidak dapat disamakan satu sama lainnya. Berikut ini akan dijelaskan beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif pakaian menurut beberapa ahli.

Dahlan (Sumartono, 2002) menyebutkan bahwasanya perilaku konsumtif dapat ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Pendapat lain dikemukakan oleh Devya (2015) menyatakan bahwa salah satu ciri sikap perilaku konsumtif adalah tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, yaitu sepanjang mampu membeli, apapun dibeli, meski barang tersebut bukan merupakan kebutuhan mendesak. Setiap ada produk-produk yang muncul dipasaran seperti telepon genggam, gadget, laptop, kosmetik, baju, sepatu, tas, berusaha membelinya, meskipun produk tersebut sudah dimilikinya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu perilaku yang tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta bergaya hidup mewah yang berlebihan dalam memenuhi hasrat keinginannya.

2.2.3 Teori perilaku Konsumen

Menurut Sukirno (2012) teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi. Konsumsi

yang Islami berpedoman pada ajaran Islam yang tujuan utamanya adalah pencapaian masalah. Masalah dalam hal ini adanya suatu manfaat dan keberkahan dari kegiatan konsumsi. Konsumen memperoleh tidak hanya manfaat setelah mengkonsumsi dalam bentuk psikis dan fisik, namun memperoleh keberkahan ketika ia mengkonsumsi dari barang dan jasa yang diharamkan oleh syariat Islam. Sesuai dengan firman Allah.

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”
(Q.S Al Baqarah : 172)

Dari ayat di atas menerangkan bahwa mengkonsumsi yang halal (baik) merupakan kepatuhan kepada Allah SWT, karena dapat memperoleh ganjaran pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang dan jasa.

2.2.4 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam paradigma ekonomi konvensional perilaku konsumen didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme semata. Prinsip ini menuntut adanya perkiraan dan pengetahuan mengenai akibat yang dilakukan. Prinsip ini mendorong konsumen untuk memaksimalkan nilai guna dengan usaha yang paling

minimal dengan melupakan nilai-nilai kemanusiaan. Akibatnya tercipta individualisme dan self interest. Maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai dan terjadilah kerusakan dimuka bumi (Mujahidin, 2014:94).

Berbeda dengan Islam yang mengingatkan bahwa harta yang dimiliki manusia adalah titipan Allah, bukan tujuan namun sarana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik jasmani dan rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiannya sebagai hamba dan khalifah Allah untuk menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Sebagaimana firman Allah.

﴿ اٰمِنُوْا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ۙ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَحْلِفِيْنَ فِيْهِۗ فَاَلَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا هُمْ اَجْرٌ

كَبِيْرٌ ﴿

Artinya: “Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (Q.S Al-Hadid :7)

Perilaku konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Alquran dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan dibarengi kekuatan moral, ketiadaan tekanan

batin dan adanya keharmonisan hubungan antara sesama (Mujahidin. 2014:94).

2.2.5 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002)

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaat/kegunaannya)
- e. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklan
- f. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- g. Adanya penilaian bahwa pembelian produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) dalam satu waktu, saat produk yang pertama dibeli belum habis dipakai.

2.3 Pemahaman Etika Konsumsi Islam

2.3.1 Pengertian Pemahaman Etika Konsumsi Islam

Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok (Salam, 2017). Konsumsi adalah suatu bentuk

perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Tentunya semua orang pasti melakukan aktivitas konsumsi. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum.

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Intinya perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan ataupun minum, melainkan perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai pakaian, membeli dan berkendara, dan hal lain sebagainya (Sumarin, 2013).

Etika konsumsi Islam berarti ketika seseorang mengkonsumsi barang-barang harus di peroleh dengan cara yang baik dan halal. Dalam artian, perbuatan yang baik dalam mencari barang- barang untuk dikonsumsi maupun produksi dengan tujuan mencari Falaah kesejahteraan dunia dan akhirat (Azis, 2008).

Pemahaman etika konsumsi Islam yaitu tingkat kemampuan seseorang agar bisa menginterpretasikan makna dari teori-teori etika konsumsi Islam maupun konsep-konsep yang telah dipelajari (Supriadi, 2020).

2.3.2 Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islam

Dalam melakukan kegiatan konsumsi perlu dipahami etika konsumsi sesuai dengan Alquran dan Hadis yang perlu diimplementasikan (Rozalinda, 2017) ialah:

1. Seimbang di dalam melakukan kegiatan konsumsi artinya bahwa harta yang dimiliki hendaknya dinafkahkan kepada diri, keluarga dan fi sabilillah. Sifat kikir yang merupakan sifat buruk hendaknya dihindari dan menyadari bahwa harta yang dimiliki merupakan amanah yang dititipkan oleh Allah SWT Selain itu, sifat kikir juga menunjukkan kurangnya kepekaan sosial terhadap sesama (Habibullah, 2018).
2. Halal dan baik. Mengonsumsi barang dan jasa hendaknya memperhatikan kehalalannya sebagai bentuk kepatuhan kepada Allah SWT., tidak hanya itu, kebaikan dari produk dan jasa juga perlu diperhatikan, sehingga bukan hanya manfaat yang dapat diperoleh, tetapi juga keberkahan, kemudian ialah larangan untuk bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Israf dan tabzir dapat memicu kemudaran serta menimbulkan ketidak efektifan pemanfaatan sumber daya dengan menghambur-hamburkan uang untuk hal-hal yang tidak bermanfaat (Afrina, 2019).
3. Kemudian ialah larangan untuk bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Israf dan tabzir dapat memicu kemudaran serta menimbulkan ketidakefektifan pemanfaat sumber daya dengan menghambur-hamburkan uang untuk hal-hal yang

tidak bermanfaat (Afrina, 2019). Nilai-nilai etika ini perlu diperhatikan, sehingga dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak didasari atas keinginan sesaat, tetapi didasari atas baik buruknya terhadap diri dan lingkungan.

2.3.3 Indikator Etika Konsumsi Islam

Menurut Mannan (2018) indikator etika konsumsi Islam terdapat empat jenis sebagai berikut:

1. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal
2. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi
3. Kuantitas barang yang digunakan tidak berlebihan / tidak bersifat tabzir (mubazir)
4. Memperhatikan prioritas konsumsi antara dharuriyat, hajjiyyat, dan tahsiniyyat.

2.4 Konformitas

2.4.1 Pengertian Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok (Myers, 2010). Hal tersebut bisa dilihat dari kecenderungan individu untuk selalu menyesuaikan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun ketersaingan. Menurut Kartono dan Gulo (2000), Konformitas adalah kecenderungan untuk dipengaruhi oleh tekanan kelompok dan tidak menentang norma-norma yang telah digariskan

oleh kelompok. Menurut Baron dan Byrne (2012) konformitas merupakan salah satu jenis pengaruh sosial yang dapat mengubah sikap dan tingkah laku dengan cara-cara yang dipandang wajar dan diterima oleh suatu komunitas.

Jadi, berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwasanya konformitas adalah perubahan perilaku sebagai akibat dari tekanan kelompok.

2.4.2 Indikator-indikator perilaku konformitas:

Menurut Dezianti (2020) indicator perilaku konformitas terdapat 4 jenis sebagai berikut:

1. Menyesuaikan diri agar disukai
2. Menghindari penolakan dari orang lain
3. Orang lain sebagai sumber informasi tentang dunia sosial
4. Merasa orang lain lebih informatif dari diri sendiri.

2.5 Gaya Hidup

2.5.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Priansa, 2018). Teori gaya hidup menyatakan bahwa segala perbuatan manusia, baik disadari ataupun tidak disadari, baik timbul dari kekuatan dalam maupun luar pada dasarnya memiliki tujuan yang satu, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan dan menghindari hal-hal yang menyakitkan.

Hedonis merupakan salah satu dari teori motivational yang cocok dengan prinsip arah tujuan yang dianggapnya paling menarik (Utami,2012).

2.5.2 Indikator indikator gaya hidup:

Menurut Lodeng (2018) indicator gaya hidup terdapat 3 jenis diantaranya sebagai berikut:

1. Kegiatan (Activities)
yaitu apa saja yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Minat (Interest)
yaitu apa kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen.
3. Pendapat (Opinion)
yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal,moral, ekonomi, dan sosial.

2.6 Teori utility dan masalah

2.6.1 Utility

Dalam konsep ekonomi konvensional, konsumen dalam mengeluarkan uangnya diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (utility) dalam kegiatan konsumsinya. Utility secara bahasa berarti berguna (usefulness), membantu (helpfulness) atau menguntungkan (advantage). Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang

dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang. Karna rasa inilah maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas dan kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa. Jadi, kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas (Fordebi 2016).

2.6.2 Masalah

Konsep ekonomi Islam tidak dapat menerima sepenuhnya perilaku konsumsi yang dilakukan ekonomi konvensional. Konsumsi yang diperkenalkan dalam konsep Islam selalu berpedoman pada ajaran Islam, diantara ajaran yang penting berkaitan dengan perilaku konsumsi, salah satunya adalah perlunya memerhatikan orang lain dalam membelanjakan harta Menurut pandangan seorang muslim seharusnya konsumsi mempunyai nilai masalah selain hanya untuk memuaskan diri pribadi. Masalah adalah segala bentuk keadaan baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia yang paling mulia. Dalam konsep Islam kita akan mendapatkan kepuasan yang maksimum jika konsumsi kita mengandung masalah. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam (Maqashid Syariah) yang tentu saja harus menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi seorang Muslim (Fordebi 2016).

Setelah mengenal konsep masalah, maka konsumen seorang muslim tentunya cenderung untuk memilih barang dan jasa

yang memberikan masalah maksimum. Tujuan tersebut sesuai dengan konsep Islam yang mengarahkan bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Kandungan masalah terdiri dari manfaat dan berkah. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumsi akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika dia merasa mendapat pemenuhan kebutuhan fisik atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya pada saat dia mengonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Dengan memahami konsep utilitas dan masalah, maka dapat ditarik suatu pemahaman bahwa kepuasan merupakan suatu akibat dari terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan. Itulah yang dilakukan seharusnya oleh seorang konsumen Muslim. Menurut pandangan seorang konsumen muslim membelanjakan harta untuk masalah merupakan suatu kebutuhan dalam upaya mencari kepuasan jiwa dan hatinya.

2.7 Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan ketika penulis melakukan penelitian sehingga dapat menambah teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis tidak menemukan judul yang sama

seperti judul penelitian penulis. Namun, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi bahan kajian bagi penulisan penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal dan skripsi terkait yang dilakukan penulis

Penelitian yang dilakukan oleh Supriadi dan Nur isra Rahmat (2020) dengan judul "Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah". Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan syariah UIN Alauddin Makassar. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan responden berjumlah 30 orang dan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling (simple random sampling). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Nilai t hitung $>$ t tabel sebesar 12,522 dan signifikansi $<$ 0,05.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Pulyadi Hariyono (2015). Dengan judul "Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1. Ada hubungan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMAN 5 Samarinda. Artinya semakin tinggi gaya hidup

maka semakin tinggi perilaku konsumtif. 2. Ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMAN 5 Samarinda. Artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Ada hubungan antara gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMAN 5 Samarinda. Artinya semakin tinggi gaya hidup dan konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Priaz Rizka Fardhani dan Umi Anugerah Izzati (2016). Yang berjudul “Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Trimurti Surabaya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Delyana Rahmawaty Pulungan dan Hastina Febriaty (2018), dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, Berdasarkan dari pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan bahwasanya gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin mewah dan hedonisme gaya hidup mahasiswa maka akan

meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya jika menurunnya sikap mewah dan hedonisnya gaya hidup mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen universitas muhammadiyah Sumatera Utara.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Cut tresnawati (2021), dengan judul “Pengaruh hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, Berdasarkan dari pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan bahwasanya hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama/tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Supriadi dan Nur Isra ahmad (2020)	Pemahaman nilai-nilai etika konsumsi Islami terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perbankan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemahaman nilai-nilai etika konsumsi konsumsi Islami terhadap perilaku

No	Nama/tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		syariah		konsumtif mahasiswa dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Nilai t hitung >t tabel sebesar 12,522 dan signifikansi < 0,05
2.	Pulyadi Hariyono (2015)	Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif,
3.	Priaz Rizka Fardhani dan Umi Anugerah Izzati (2016)	Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya	Kuantitatif	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Trimurti Surabaya.

No	Nama/tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty (2018)	Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	Kuantitatif	Hasil dan kesimpulan dalam penelitian menunjukkan bahwasanya gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
5.	Cut tresnawati (2021)	Pengaruh hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam	Kuantitatif	Hasil dan kesimpulan bahwa hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry

Sumber : data diolah (2021)

2.8 Keterkaitan antar variabel

2.8.1 Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif

Penelitian sebelumnya supriadi (2020) menyatakan bahwasanya terdapat hubungan antara pemahaman etika konsumsi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, hasil tersebut terjadi dikarenakan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t table ($12,522 > 1,701$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

2.8.2 Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif

Penelitian sebelumnya Priaz rizka fardhani dan Umi anugerah izzati (2016) menyatakan bahwasanya terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif, hasil positif terjadi dikarenakan semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula tingkat konsumtifnya dan juga dibuktikan dengan koefisien korelasi sebesar 0,631 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p > 0,05$).

2.8.3 Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

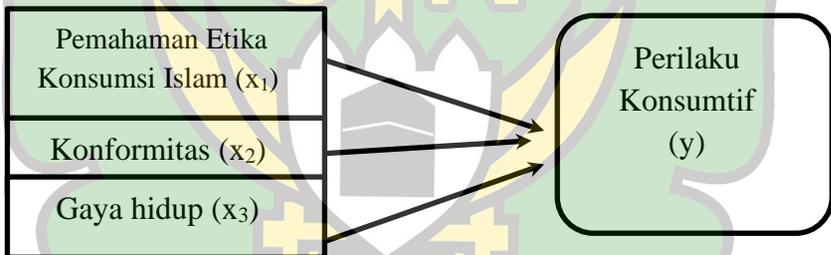
Penelitian sebelumnya Delyana rahmawany pulungan dan hastina febriaty (2018) menunjukkan bahwasanya terdapat hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, hasil positif ini terjadi dikarenakan bahwa semakin mewah gaya hidup mahasiswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif. Dan juga sebaliknya jika menurunnya tingkat gaya

hidup mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtifnya.

2.9 Kerangka Pemikiran

Dari uraian landasan teori di atas dapat diperjelas melalui variabel pengaruh pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. secara skematis digambarkan seperti gambar di bawah ini

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: data diolah (2021)

2.10 Hipotesis

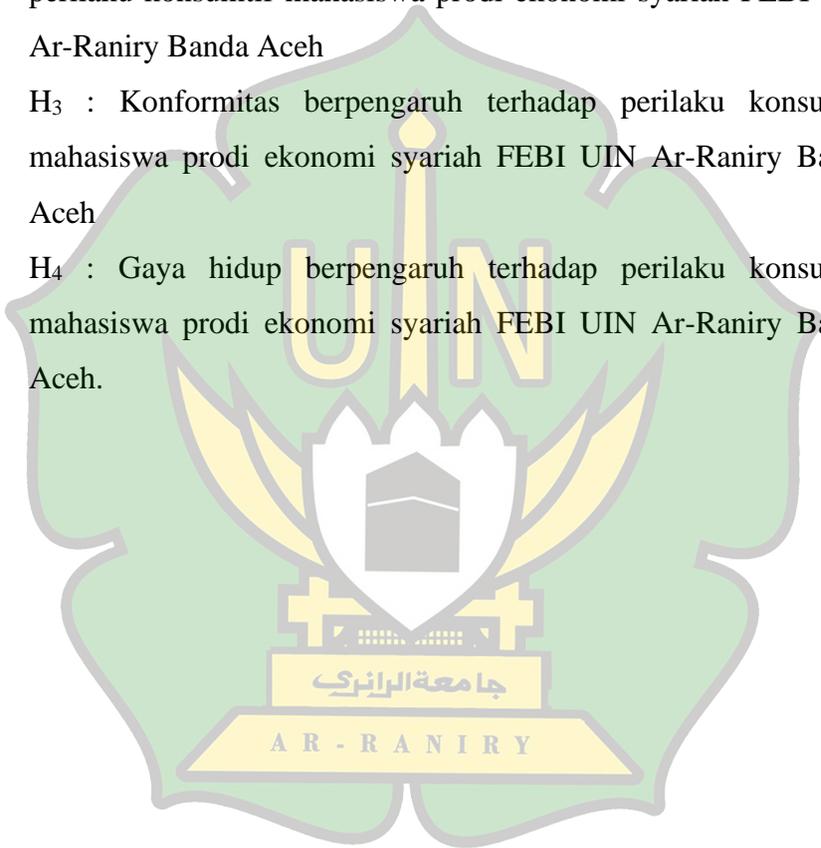
Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara karena kebenarannya masih perlu diuji dan dites kebenarannya dengan data dilapangan. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang diajukan sebagai dugaan awal adalah sebagai berikut:

H₁ : Pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

H₂ : pemahaman etika konsumsi berpengaruh terhadap terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

H₃ : Konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

H₄ : Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode untuk menguji suatu teori yang ada dengan prosedur penelitian yang berhubungan antar variabel, Penelitian Kuantitatif melakukan pengukuran dengan angka, dari mulai pengumpulan data, penafsiran atas data yang ada dan hasilnya yang akan ditampilkan nantinya. Penelitian ini akan lebih baik jika disertai dengan bagan, gambar, tabel serta grafik. Maka penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui adakah hubungan atau pengaruh antara variabel dua variabel atau lebih (Sugiono, 2016).

3.2 Jenis dan sumber data

Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

3.2.1 Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dikarenakan data diperoleh dari hasil pengamatan langsung di prodi Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

3.2.2 Sumber data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau data yang pertama (Sarwono, 2006), dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisisioner kepada mahasiswa prodi Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda aceh angkatan 2017-2020.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, melalui jurnal, buku-buku, dan artikel yang di peroleh dari *website* yang berkenaan dengan penelitian ini (Bungin, 2005).

3.3 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data didalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner, kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiono, 2016). Jenis kuisisioner yang digunakan oleh penulis adalah jenis kuisisioner tertutup, yang dimana nantinya setiap responden akan diminta untuk mengisi jawaban yang ada didalam kuisisioner tersebut.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang ingin diteliti. Populasi ini juga sering disebut dengan Universe. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dan manusia, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Bentuk populasi di dalam penelitian ini yaitu bentuk populasi finity. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa universitas Islam Negeri Ar-Raniry prodi Ekonomi syariah angkatan 2017, 2018, 2019, 2020 yang berjumlah sebanyak 782

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (sampel secara harfiah berarti contoh) (Syahrums, 2012:113). Peneliti menggunakan sampel dikarenakan terdapat populasi yang besar dan tidak mungkin bagi peneliti untuk mempelajari semua anggota populasi. Selain itu juga dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, dengan demikian maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Dalam penelitian ini untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus dari Slovin seperti berikut :

$$n = \frac{\pi}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas kelonggaran kesalahan yang digunakan adalah 10% atau 0,01

jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 782 orang dengan tingkat kesalahan 10% maka :

$$n = \frac{\pi}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{782}{1 + 782(0,1)^2}$$

$$n = \frac{782}{1 + 782(0,01)}$$

$$n = \frac{782}{1 + 78,2}$$

$$n = \frac{782}{88,2}$$

$n = 88,6$ (dibulatkan menjadi 89)

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden, penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner yang disebarkan kepada mahasiswa universitas Islam Negeri Ar-Raniry prodi Ekonomi syariah angkatan 2017-2020.

Tabel 3.1
Jumlah sampel penelitian

Angkatan	Jumlah Populasi (orang)	Sampel (orang)	Jumlah Sampel
2017	200	$200/782 \times 89 = 22,7$	23
2018	220	$220/782 \times 89 = 25,0$	25
2019	243	$243/782 \times 89 = 27,6$	28
2020	119	$119/782 \times 89 = 13,5$	14
Total	782	89,6	90

Sumber : Data diolah 2021

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative, (Syahrudin, 2012:115). Maka dari itu peneliti menggunakan teknik random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara random tanpa pandang bulu.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan ialah menggunakan skala likert. Skala Likert Adalah Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016).

Ada lima pilihan jawaban dalam kuesioner/angket serta terdapat skor pengukuran pada alternatif jawaban yaitu dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Keterangan	Kode	Skor dari Jawaban
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Data diolah 2021

3.7 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data (sugiyono,2016).

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan/timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel terikat (dependent) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemahaman etika konsumsi Islam (X_1), konformitas (X_2), gaya hidup (X_3) sedangkan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Pengembangan instrumen dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu mendefinisikan operasional variabel penelitian, menyusun indikator variabel penelitian, menyusun skala pengukuran, yang dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Definisi dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pemahaman etika konsumsi Islami (x_1)	etika konsumsi Islam yaitu menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT, Dalam hal mengkonsumsi/memperoleh barang dengan mengedepankan aspek masalah dan menghindari pemborosan dengan tujuan memperoleh falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). (Azis, 2008:37)	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal - Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi - Kuantitas barang yang digunakan tidak berlebihan / tidak bersifat tabzir (mubazir) - Memperhatikan prioritas konsumsi antara dharuriyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat (Mannan, 2018) 	Skala likert
Konformitas (x_2)	Konformitas adalah perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok.(Myers, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyesuaikan diri agar disukai - Menghindari penolakan dari orang lain - Orang lain sebagai sumber informasi tentang dunia sosial - Merasa orang lain lebih informatif dari diri sendiri (Desiyanti, 2020) 	Skala likert
Gaya hidup (x_3)	Gaya hidup adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya	<ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan (Activities) - Minat (Interest) - Pendapat(Opinion) 	Skala likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	<p>untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. (priansa, 2018)</p>	<p>(Lodeng, 2018)</p>	
<p>Perilaku Konsumtif (y)</p>	<p>Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros. (Dikria, 2016:132)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli produk karena iming-iming hadiah - Membeli produk karena kemasannya menarik - Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi - Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaat/kegunaannya) - Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklan - Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol 	<p>Skala likert</p>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		status - Adanya penilaian bahwa pembelian produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi - Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) dalam satu waktu, saat produk yang pertama dibeli belum habis dipakai.	

Sumber : Data diolah 2021

3.8 Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,5 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi

jika nilai korelasinya dibawah 0,5 maka item tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2016).

Uji Validitas merupakan suatu pengujian terhadap ketepatan instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana ketepatan instrumen penelitian sehingga memberikan informasi yang akurat. Dalam hal ini instrumen dapat dikatakan valid jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kesesuaian sebuah alat ukur dengan sesuatu yang diukur, sehingga alat ukur tersebut bisa dipercaya dan diandalkan. Untuk mendapatkan tingkat kepekaan dan tingkat reliabilitas alat ukur yang diinginkan, maka perlu mengetahui terlebih dahulu apa yang akan diukur dan metode pengumpulan data apa yang digunakan (Bungin, 2005).

Suatu instrumen bisa dikatakan reliabel jika cronbach alpha hitung $> 0,60$ (Sudarmanto, 2005). Atau dengan beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- b. Jika α antara 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. Jika α antara 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat
- d. Jika $\alpha < 50$ maka reliabilitas rendah

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kemiripan dalam suatu model. Adanya kemiripan antara variabel independen akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat (Sujarweni, 2016). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan terjadi multikolinieritas apabila terdapat nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10 .

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap yang disebut homoskedastisitas, dan apabila *varians* residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Rumengan, 2013). Dalam penelitian ini untuk mengetahui heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik dari *scatterplot*. Menurut Gujarati (2003), dasar pengambilan keputusan dari uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi

heteroskedastisitas.

3.8.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal merupakan suatu distribusi data yang tersebar secara normal atau dengan kata lain distribusi yang kemungkinan terjadinya kejadian-kejadian sebagai hasil dari sebuah percobaan yang dilakukan secara random kurvanya berbentuk normal (Narbuko dan Achmadi, 2010).

Uji normalitas berfungsi untuk menguji model regresi yang digunakan dalam penelitian, variabel pengganggu memiliki distribusi data yang normal (Ghozali, 2008). Uji ini digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval, maupun rasio. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak normal (Priyanto, 2010). Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data diantaranya dengan menggunakan P-P Plot. P-P Plot menganalisis plot grafik antara variabel proporsi kumulatif dengan variabel proporsi setiap anggota. Untuk menguji normalitas data dapat menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan ketentuan: Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data yang di uji berdistribusi normal. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data yang di uji tidak berdistribusi normal Sehingga jika nilai signifikansi variabel $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, jika nilai signifikansi variabel $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.8.3 Analisis Regresi Linier berganda

Regresi linier berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen, Data-data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik oleh aplikasi program SPSS. Adapun bentuk persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Perilaku Konsumtif

X₁ : Pemahaman etika konsumsi Islam

X₂ : Konformitas

X₃ : Gaya hidup

A : konstanta (nilai Y'' apabila X=0)

B : Koefisien regresi (nilai peningkatan jika bernilai positif) ataupun penurunan jika bernilai negatif)

e: Standar error

3.8.3.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan untuk membuktikan sejauh mana variabel independen tersebut dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dari uji parsial yaitu:

1. Jika signifikansi (probabilitas) < 0.05 atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka, H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika signifikansi (probabilitas) > 0.05 atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.3.2 Uji Statistik (Uji F)

Uji statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dari uji statistik yaitu:

1. Jika H_o ditolak dan H_a diterima atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ atau nilai signifikan < 0.05 . artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika H_o diterima dan H_o ditolak atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ atau nilai signifikan > 0.05 . artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar persentase hubungan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyanto, 2010). Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi memiliki interval

antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisiensi determinasi tersebut semakin mendekati 1 maka hasil regresi tersebut baik dan dapat hamper memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen. dan apabila nilai koefisiensi determinasi semakin mendekati 0, maka secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. (Ghazali, 2013)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry adalah salah satu lembaga pendidikan tinggi yang terletak di Banda Aceh dan didirikan pada tanggal 5 Oktober 1963, Universitas ini sebelumnya berbentuk Institut Agama Islam Negeri (IAIN). IAIN Ar-Raniry berdiri setelah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan Fakultas Syariah sebagai fakultas pertama dan disusul oleh Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin.

UIN Ar-Raniry secara resmi didirikan berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2013 tentang perubahan Institusi Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dari segi administrasi, Universitas ini berada dibawah jajaran Kementerian Agama RI, yang pengawasan dan pelaksanaan diserahkan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Islam melalui Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam. Istilah Ar-Raniry dinisabkan pada nama belakang seorang mufti kerajaan pada masa Sultan Iskandar Tsani (1637-1641), yaitu Syekh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di India. Ulama tersebut telah banyak memberikan sumbangsih kepada pemikiran Islam di Nusantara

pada umumnya dan Aceh pada khususnya. UIN Ar-Raniry terus menunjukkan peran yang strategis dalam pembangunan dan perkembangan masyarakat sebagai “jantung masyarakat Aceh “. Dalam perkembangan, UIN Ar-Raniry telah membuka Program Magister (S2) pada tahun 1989 dan Program Doktor (S3) pada tahun 2002. Dengan adanya program studi strata 1 sampai strata 3, lembaga ini diharapkan akan melahirkan para pendidik, da’i, pemikir, dan ulama yang profesional dan sesuai dengan perkembangan dan perubahan zaman. Berikut visi, misi dan moto dari UIN Ar-Raniry adalah (Tim Penyusun Kurikulum UIN ArRaniry, 2018:3):

Visi:

Menjadi universitas yang unggul dalam pengembangan dan pengintegrasian ilmu keIslaman, sains, teknologi dan seni.

Misi:

1. Melahirkan sarjana yang memiliki kemampuan akademik, profesi, dan atau vokasi yang kompetitif.
2. Berorientasi pada masa depan dan berakhlak mulia
3. Mengembangkan tradisi riset yang multidisipliner dan integrative berbasis syariah Islam.
4. Mengimplentasikan ilmu untuk membangun masyarakat madani, yang beriman, berilmu dan beramal.

4.2 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam memiliki tujuan yang tercermin dalam visinya yaitu melahirkan sarjana yang unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai-nilai keIslaman bertaraf internasional. Saat ini Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam mempunyai Tiga Prodi:

1. Prodi Ekonomi Syariah
2. Prodi Perbankan Syariah
3. Prodi Ilmu Ekonom

Visi:

Unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai keIslaman bertaraf internasional tahun 2030

Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara profesional, integratif, berdasarkan nilai-nilai Islam dan berwawasan global.
2. Mengembangkan tradisi riset integratif dan diseminasi karya akademik dibidang ekonomi dan bisnis Islam.
3. Mengimplementasikan ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara Islami.
4. Membangun kerjasama strategis dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri

4.3 Karakteristik Responden

Pada bagian ini menjelaskan mengenai karakteristik responden yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berjumlah 90 responden.

Deskripsi karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini berdasarkan dari jenis kelamin, dan tahun angkatan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel

Tabel 4. 1
Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	41
2	Perempuan	49
Total		90

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa reponden paling banyak dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 49 orang dan responden laki-laki sebanyak 41 orang.

4.3.2 Responden Menurut Tahun Angkatan

Tabel 4. 2
Responden Menurut Tahun Angkatan

Angkatan	Jumlah
2017	23
2018	25
2019	28
2020	14
Jumlah	90

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden dari angkatan 2017 sebanyak 23 orang, angkatan 2018 sebanyak 25 orang, angkatan 2019 sebanyak 28 orang, angkatan 2020 sebanyak 14 orang. Responden terbanyak berasal dari angkatan 2019 sedangkan yang paling sedikit adalah responden dari angkatan tahun 2020.

4.3.3 Reponden Menurut Jumlah Berbelanja barang-barang pada e-commerce online

Didalam penelitian ini responden yang diambil adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang pernah berbelanja barang-barang bermerek. Adapun responden berdasarkan berapa kali berbelanja barang-barang bermerek dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4. 3
Reponden Menurut Jumlah Belanja barang-barang di e-commerce

No	Beberapa kali anda pernah berbelanja di e-commerce	Total
1	1	15
2	1-5	28
3	>5	47

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berbelanja barang-barang di e-commerce adalah lebih dari 5 kali yaitu sejumlah 47 orang, kemudian diikuti oleh 1-5 kali yaitu sejumlah 28 orang dan yang berbelanja 1 kali yaitu sejumlah 15 orang.

4.4 Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan/ketepatan/kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan disebut valid, apabila mampu melakukan pengukuran sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Uji validitas akan menguji setiap masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, secara keseluruhan variabel penelitian terdapat 19 instrumen pertanyaan yang harus dijawab oleh 90 responden.

Uji validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r table. Suatu instrument pernyataan dikatakan

valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut.

1. Pemahaman etika konsumsi Islam

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel X₁

Variabel	Pernyataan	Person correlation	r tabel	keterangan
Pemahaman etika konsumsi Islam	p1	0,710	0,207	Valid
	p2	0,836	0,207	Valid
	p3	0,816	0,207	Valid
	p4	0,789	0,207	Valid

Sumber : data yang diolah SPSS(2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya setiap instrument pernyataan variabel (x_1) nilai yang di dapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r_{hitung} (pearson correlation) dengan r_{tabel} , hasilnya menunjukkan bahwa r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , sehingga hasilnya dinyatakan valid.

2. Konformitas

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Variabel	Pernyataan	Person correlation	r tabel	keterangan
konformitas	p1	0,647	0,207	Valid
	p2	0,731	0,207	Valid
	p3	0,710	0,207	Valid
	p4	0,660	0,207	Valid

Sumber : data yang diolah SPSS(2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya setiap instrument pernyataan variabel (x_2) nilai yang di dapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (pearson correlation) dengan r tabel, hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari pada r tabel, sehingga hasilnya dinyatakan valid.

3. Gaya hidup

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel X_3

Variabel	Pernyataan	Person correlation	r tabel	keterangan
Gaya hidup	p1	0,722	0,207	Valid
	p2	0,750	0,207	Valid
	p3	0,781	0,207	Valid

Sumber: data yang diolah SPSS(2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya setiap instrument pernyataan variabel (x_3) nilai yang di dapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (pearson correlation) dengan r tabel, hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari pada r tabel, sehingga hasilnya dinyatakan valid.

4. Perilaku Konsumtif

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Person correlation	r tabel	keterangan
Perilaku konsumtif	p1	0,507	0,207	Valid
	p2	0,646	0,207	Valid
	p3	0,659	0,207	Valid
	p4	0,413	0,207	Valid
	p5	0,670	0,207	Valid
	p6	0,688	0,207	Valid
	p7	0,631	0,207	Valid
	p8	0,509	0,207	Valid

Sumber : data yang diolah SPSS(2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya setiap instrument pernyataan variabel (Y) nilai yang di dapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (pearson correlation) dengan r tabel, hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari pada r tabel, sehingga hasilnya dinyatakan valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabititas instrumen penelitian, merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten). Suatu variabel dikatakan

reliabel apabila nilai coefficients cronbach alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas selengkapnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	cronbach alpha	minimal cronbach alpha	keterangan
X ₁	0,796	0,60	Reliabel
X ₂	0,628		Reliabel
X ₃	0,609		Reliabel
Y	0,736		Reliabel

Sumber : data yang diolah SPSS(2021)

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X₁) yaitu sebesar 0,796, nilai variabel konformitas (X₂) sebesar 0,628, nilai variabel gaya hidup sebesar 0,609. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha tiap-tiap variabel > 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrument pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Dalam uji ini

penulis menggunakan aplikasi SPSS seri 22 untuk pengolahan data. Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak, pada penelitian ini, penulis menggunakan bantuan SPSS *statistic version 22* dengan memakai uji statistic one sampel Kolmogorov-smirnov. Model regresi yang baik adalah variabel yang berdistribusi normal.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

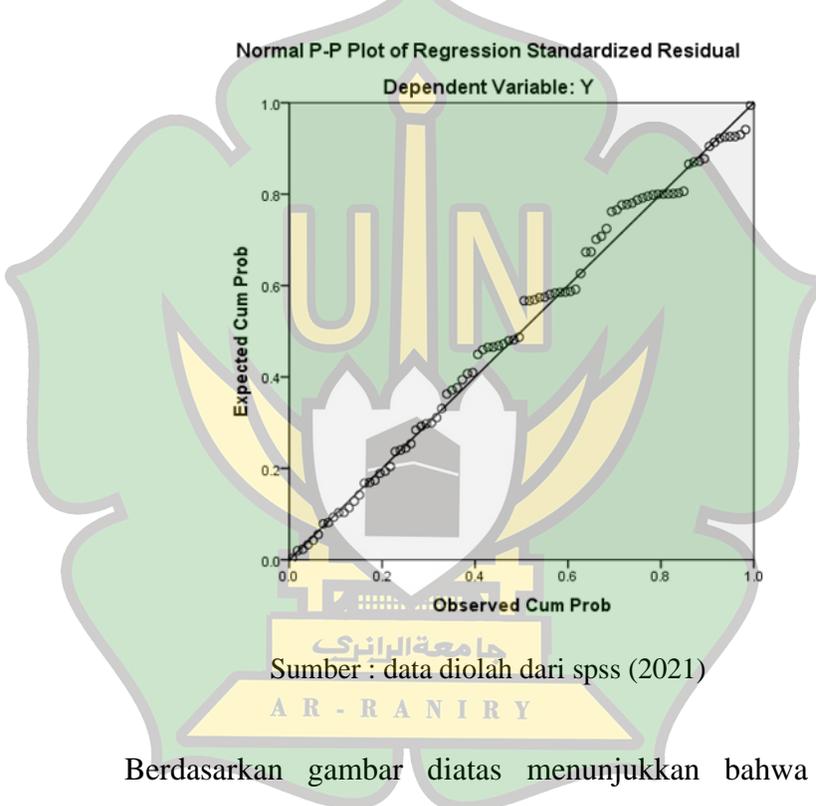
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.40566836
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.045
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : data diolah dari spss (2021)

Berdasarkan tabel diatas dilakukan uji normalitas dengan menggunakan statistic Kolmogorov-smirnov dengan menunjukkan nilai signifikansi sebssar 0,200 atau lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan peneliti mengikuti

distribusi normal. Selain menggunakan uji dengan Kolmogorov smirnov, peneliti juga melakukan uji data menggunakan normal p-plot yaitu dengan melihat titik-titik penyebaran disekitar garis diagonal.

Gambar 4. 1
Normal P-plot



Sumber : data diolah dari spss (2021)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titikmenyebar disekitar garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variable independen (variabel bebas) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (variabel bebas). Hasil dari uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari segi besarnya tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Sehingga dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Jika tolerance Value $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.
2. Jika tolerance Value $> 0,10$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 10
Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
pemahaman etika konsumsi Islam	0,933	1,072	tidak terjadi multikolinierita s
Konformitas	0,755	1,324	tidak terjadi multikolinierita s
gaya hidup	0,755	1,325	tidak terjadi multikolinierita s

Sumber : data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas dengan dilakukan uji multikolinieritas dengan menunjukkan bahwa nilai Tolerance dari pemahaman etika konsumsi Islam (X_1), konformitas (X_2), dan gaya hidup (X_3) $> 0,10$ yaitu sebesar 0,933, 0,755, dan 0,755. Sedangkan nilai VIF dari pemahaman etika konsumsi Islam (X_1), konformitas (X_2), dan gaya hidup (X_3) lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

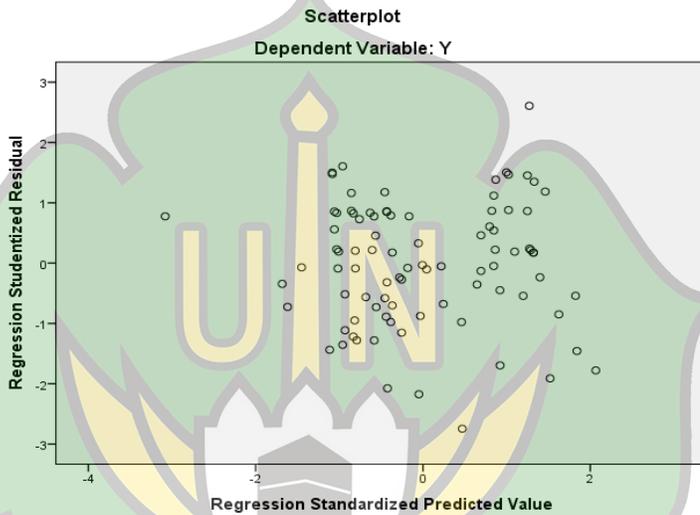
Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan data grafik scatterplot untuk melihat heteroskedastisitas pada data. Sebuah bentuk model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mempunyai heteroskedastisitas,

Tidak terjadi heteroskedastisitas atau masalah jika.

1. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau disekitar angka 0
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
3. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

4. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2021)

Gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu dan tidak teratur, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada uji ini tidak terdapat heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

4.7 Teknik Analisis Data

4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel indepen yaitu pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi Ekonomi syariah angkatan 2017,2018,2019,2020 UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *version 22*, untuk selengkapnya ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 11
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.584	2.047		.774	.441
X1	-.038	.085	-.029	-.451	.653
X2	.953	.129	.534	7.389	.000
X3	1.072	.186	.417	5.768	.000

Sumber : Data primer yang diolah SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, hasil regresi linear berganda dapat dibuat persamaan sebagai berikut.

$$Y = 1,584 + -,038X1 + 0,953X2 + 1,702X3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.13, maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut.

1. Nilai konstanta (a) yang didapat adalah sebesar 1,584. Jika nilai koefisien pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup tidak bertambah maka nilai koefisien perilaku konsumtif sebesar 1,584.
2. Nilai koefisien variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X_1) adalah 0,038. hal ini berarti bahwa pemahaman etika konsumsi Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. setiap pengurangannya 1 nilai pada variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X_1) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu perilaku konsumtif akan menurun sebesar 0,038 satuan atau dengan persentase 3%.
3. Nilai koefisien variabel konformitas (X_2) adalah 0,953. hal ini berarti bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. setiap penambahan 1 nilai pada variabel konformitas (X_2) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,953 satuan atau dengan persentase 95%.
4. Nilai koefisien variabel gaya hidup (X_3) adalah 1,072. hal ini berarti bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. setiap

penambahan 1 nilai pada variabel gaya hidup (X_3) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 1,072 satuan atau dengan persentase 107%.

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah prediksi kesemua variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (independen). Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan dengan melihat nilai *R square*.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Koefisien Diterminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.813 ^a	.661	.649	3.46456	1.844

Sumber : data diolah dari SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 0,661 atau 66%. Hal ini berarti hanya 66% variabel independen (pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup) dapat mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif), sedangkan sisanya sebesar 34% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

4.8 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan Antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan maka perlu dilakukan uji t dan uji f untuk melihat pengaruh pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4.8.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Uji signifikansi parsial (uji T) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. dengan membandingkan nilai statistik atau t hitung dengan titik kritis menurut tabel atau t tabel. (t-test) hasil perhitungan atau t hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai signifikan $>$ 0,05 (5%), artinya ialah variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikan $<$ 0,05 (5%), artinya ialah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun hasil t hitung dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 13
Uji Parsial T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1 (Constant)	1.584	2.047		0.774	0.441		
X1	-0.038	0.085	-0.029	0.451	0.653	0.933	1.072
X2	0.953	0.129	0.534	7.389	0,000	0.755	1.324
X3	1.072	0.186	0.417	5.768	0,000	0.755	1.325

Sumber : data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

a. Hipotesis 1

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X₁) memperoleh nilai t hitung sebesar -0.451 dan t tabel sebesar 1.662, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel (-0.451 < 1.662) dengan nilai signifikannya sebesar 0.653, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0.05 (0,653 > 0,05). Dengan demikian bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X₁) berpengaruh negatif terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

b. Hipotesis 2

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel konformitas (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 7.389 dan t tabel sebesar 1.662 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($7.389 > 1.662$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel konformitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

c. Hipotesis 3

Uji statistik secara parsial pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X_3) memperoleh nilai t hitung sebesar 5.768 dan t tabel sebesar 1.662 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($5.768 > 1.662$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel gaya hidup (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji simultan (uji F) adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. F hasil perhitungan selanjutnya akan dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak dan H_a diterima jika f hitung $>$ f tabel atau nilai signifikan $<$ 0,05 (5%)
- H_0 diterima H_a ditolak jika f hitung $<$ f tabel atau nilai signifikan $>$ 0,05 (5%)

Tabel 4. 14
Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2012.849	3	670.950	55.898	.000 ^b
Residual	1032.273	86	12.003		
Total	3045.122	89			

Sumber : data primer yang diolah SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.14 Diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 55,898 dan signifikansinya 0,000. Nilai F tabel

sebesar 2,72 yang diperoleh dari $df_1=k-1$, $df_2= n-k$ dan tingkat signifikansinya 5%. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($55,898 > 2,72$) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) variabel pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4.9 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diatas didapatkan bahwa, seluruh uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dari uji R^2 menjelaskan bahwa 66% variabel independen (pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup) dapat mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif). Sedangkan sisa 34% dijelaskan mempengaruhi faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dari pengaruh pemahaman etika konsumtif, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Adapun pembahasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut.

4.9.1 Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Pemahaman etika konsumsi Islam yaitu tingkat kemampuan seseorang agar bisa menginterpretasikan makna dari teori-teori etika konsumsi Islam maupun konsep-konsep yang telah dipelajari. Etika konsumsi Islam juga berarti ketika seseorang mengkonsumsi barang-barang harus di peroleh dengan cara yang baik dan halal. Dalam artian, perbuatan yang baik dalam mencari barang- barang untuk dikonsumsi maupun produksi dengan tujuan mencari Falaah kesejahteraan dunia dan akhirat.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, dapat diketahui variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar -451 dan t tabel sebesar 1.662, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ($-451 < 1.662$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.653, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0.05 ($0,653 > 0,05$). Dengan demikian bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa variabel pemahaman etika konsumsi Islam (X_1) berpengaruh negatif terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4.9.2 Pengaruh konformitas Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Konformitas adalah perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok, Hal tersebut bisa dilihat dari kecenderungan individu untuk selalu menyesuaikan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun ketersaingan. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, dapat diketahui variabel konformitas (X_2) memperoleh nilai t hitung 7.389 dan t tabel sebesar 1.662 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($7.389 > 1.662$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel konformitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pulyadi Hariyono (2015) yang berjudul 'Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda'. Yang mengatakan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.9.3 Pengaruh gaya hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Gaya hidup adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Teori gaya hidup menyatakan bahwa segala perbuatan manusia, baik disadari ataupun tidak disadari, baik timbul dari kekuatan dalam maupun luar pada dasarnya memiliki tujuan yang satu, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan dan menghindari hal-hal yang menyakitkan.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai t hitung dengan t tabel, dapat diketahui variabel gaya hidup (X_3) memperoleh nilai t hitung sebesar 5.768 dan t tabel sebesar 1.662 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($5.768 > 1.662$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel gaya hidup (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Delyana Rahmawany Pulungan (2018) yang berjudul ‘Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa’. Yang mengatakan bahwa gaya

hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.9.4 Pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Berdasarkan hasil uji statistik secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai f hitung dengan nilai f tabel, dapat diketahui variabel pemahaman etika konsumsi islam (X_1), konformitas (X_2) dan gaya hidup (X_3) memperoleh nilai f hitung sebesar 55,898 dan f tabel sebesar 2,72 sehingga f hitung lebih besar dari f tabel ($55,898 > 2,72$) dengan nilai signifikannya sebesar 0.000, nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.000 < 0,05$). sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) variabel pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

BAB V

PENUTUP

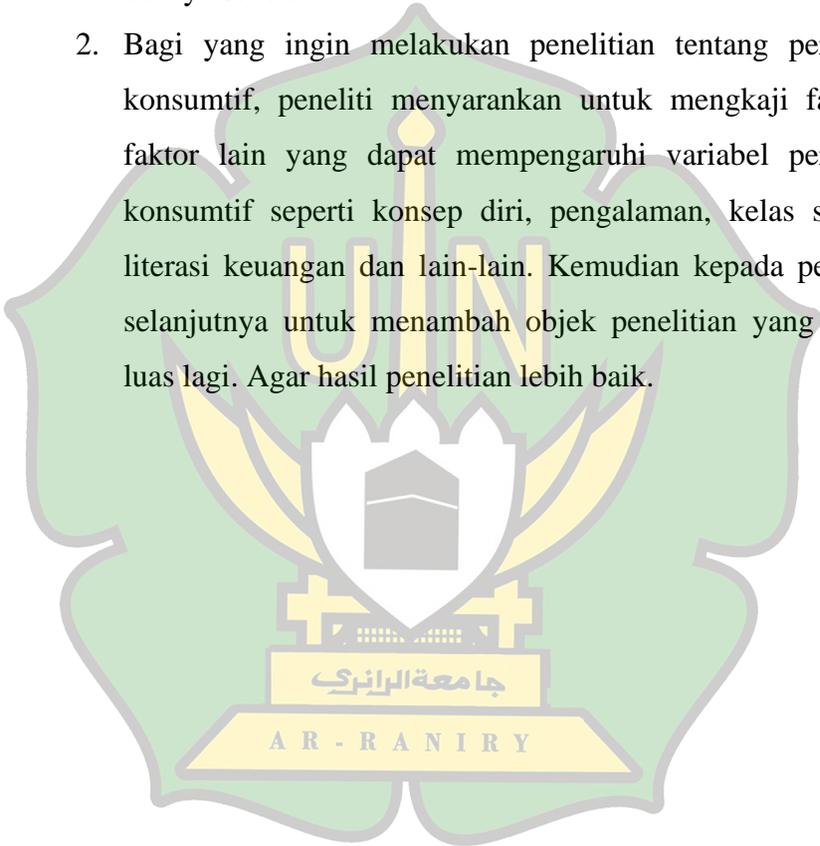
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh pemahaman etika konsumsi Islam, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut sebagai:

1. Pemahaman etika konsumsi islam, konformitas, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Pemahaman etika konsumsi Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

5.2 Saran

1. Mahasiswa seharusnya mengurangi keinginan yang tidak diperlukan seperti gaya hidup dan konformitas agar tidak terjadi perilaku konsumtif yang nantinya akan merugikan dirinya sendiri.
2. Bagi yang ingin melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif, peneliti menyarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel perilaku konsumtif seperti konsep diri, pengalaman, kelas sosial, literasi keuangan dan lain-lain. Kemudian kepada peneliti selanjutnya untuk menambah objek penelitian yang lebih luas lagi. Agar hasil penelitian lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, D. (2019). Rasionalitas Muslim terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Ekbis)*, 2(1), 23-38.
- Amalia, m. k. (2010). *eori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Anggraini, R. T. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (Gamajop)*, 3, 131-140.
- Azis, A. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Barron , R. A., & Byrne, D. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, M. B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: : Kencana Purnada Media Group.
- Devya. (2015). Hubungan Citra diri dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Yang Memakai Kosmetik Wajah. *e-journal psikologi*, 3(1).
- Dezianti , D. A. (2020). *Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.

- Dikria, O. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 132.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2015). *Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid II*. Jakarta: Bina Seni Rupa Aksara.
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2016). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *jurnal UNESA*, 1(2), 5.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1-5.
- Ghozali, i. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenorogo.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Habibullah, , E. S. (2018). Etika Konsumsi Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 90-102.
- Hariyono, P. (2015). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *eJournal Psikologi*, 3(2), 569-578.
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana.

- Imawati, I., & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada. *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2, 9.
- Jenita, & Rustam. (2017). Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 2(1).
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dari motif bertransaksi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Economic Education Journal)*, 9(1).
- Lodeng, A. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam*. Lampung: UIN Raden Intan.
- Mannan, M. A. (2018). *Islamic economic : Theory & Practice*. Delhi: India Qasim .
- Mujahidin, A. (2014). *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology Fifth Edition & International Edition*.
- Narbuko, C., & Abu Achmadi. (2010). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT.Bumi Askara.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697, 6(3), 684-697.
- Oktavia, R. (2018). *Perilaku Konsumtif Di Tinjau Dari Prinsip Konsumsi* . Lampung: IAIN Metro.

- Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Dan penelitian SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Pulungan, D. R., & Febriyati, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Rozalinda. (2017). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. RajaGrafindo Persada.
- Rumengan. (2013). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Cipta Pustaka.
- Salam. (2017). *Etika Sosial : Asas Moral Dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sarwono, J. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press Yogyakarta.
- Sukirno, S. (2012). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2004). *perilaku konsumen Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriadi, & Ahmad, N. I. (2020). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 1-3.
- Syahrum. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tresnawati, C. (2021). *pengaruh hedonisme, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Triyaningsih, s. 1. (2011). Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2), 172-177.
- Utami, C. W. (2012). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Moderen Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, & Endang, T. (2000). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian

**PENGARUH PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI ISLAM,
KONFORMITAS, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF (STUDI TERHADAP MAHASISWA PRODI
EKONOMI SYARIAH FEBI UIN AR-RANIRY Banda Aceh.)**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Saya Aulia Rizki, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana "Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh". Oleh karena itu, untuk memperoleh data tersebut, saya meminta kesediaan anda untuk memberikan respon terhadap pernyataan-pernyataan yang tersedia pada kuisisioner ini.

Dalam penelitian ini identitas diri anda akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh sebab itu, anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Setiap orang akan memiliki jawaban yang berbeda-beda, semua jawaban dianggap benar dan tidak ada jawaban yang salah. Jawaban yang paling benar adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda. Atas partisipasi anda, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Aulia Rizki

Pada pertanyaan dan pernyataan di bawah ini, Anda hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa alternatif jawaban. Beri tanda (√) pada jawaban Anda pilih.

Karakteristik Responden:

1. Nama Lengkap:
2. Angkatan:
3. Jenis Kelamin:
4. Sudah Beberapa kali anda pernah berbelanja di e-commerce online:

1 kali 1-5 kali lebih dari 5 kali

Petunjuk pengisian

- a. Mohon dengan homat bantuan dan kesediaan teman-teman untuk menjawab pertanyaan yang ada.
- b. Berilah tanda “X” pada kolom yang Anda pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.
- c. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
SS : Sangat setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak setuju
STS : Sangat tidak setuju

No	Pemahaman Etika Konsumsi Islam (X ₁)	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	saya berbelanja dengan memilih jenis barang yang halal dan baik					
2	Saya lebih suka membeli sesuatu berdasarkan apa yang saya butuhkan					
3	saya membeli barang dengan kuantitas yang diperlukan					
4	saya membeli barang dengan memprioritaskan unsur-unsur dharuriyat, tahsiniyat dan hajiyyat					

No	Konformitas (X ₂)	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Membeli barang-barang agar dapat menyesuaikan diri dengan orang lain					
2	Membeli barang-barang untuk Menghindari penolakan dari orang lain					
3	Mengikuti orang lain ketika membeli barang /produk					
4	Saya merasa orang lain lebih informatif dari diri sendiri					

No	Gaya hidup (X ₃)	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Saya sering berbelanja di e-commerce online					
2	Saya senang untuk menghabiskan uang demi membeli barang-					

	barang yang saya inginkan					
3	Saya merasa senang apabila saya menghabiskan waktu saya untuk berbelanja					

N o	Perilaku Konsumtif (Y)	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Saya membeli barang karena iming-iming hadiah					
2	Saya suka membeli barang-barang yang label kemasannya menarik					
3	Saya membeli barang hanya untuk tampil lebih percaya diri saja					
4	Saya suka membeli barang-barang yang harganya lagi discount					
5	Saya membeli barang karena saya mengidolakan model iklan tersebut					
6	Saya membeli barang hanya untuk penampilan dan gengsi.					
7	Saya sering membeli dua barang ataupun lebih dengan merek yang sama					
8	Saya membeli barang hanya untuk menjaga symbol status saja					

Lampiran 2 Data 90 responden

No	Perilaku konsumtif									mahaman etika konsumsi isik				konformitas					gaya hidup				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	total	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	total	X3.1	X3.2	X3.3	total X
1	3	2	3	5	3	4	2	4	26	2	2	2	2	8	5	4	4	5	18	5	4	4	13
2	3	2	3	2	2	3	2	4	21	5	4	3	2	14	4	1	1	3	9	4	4	2	10
3	3	2	4	5	2	1	2	1	20	5	5	2	2	14	4	4	4	2	14	3	3	1	7
4	3	2	3	2	3	3	2	4	22	5	4	4	1	14	4	4	4	3	15	4	4	1	9
5	4	3	4	2	4	1	4	4	26	5	2	2	2	11	3	4	4	3	14	4	2	2	8
6	1	2	2	5	1	4	5	4	24	5	5	5	5	20	4	1	1	4	10	4	5	1	10
7	3	2	1	2	1	1	3	4	17	5	2	3	2	12	4	4	1	1	10	4	2	4	10
8	2	2	2	5	2	4	2	4	23	5	2	2	2	11	3	4	3	2	12	2	2	3	7
9	1	4	1	1	1	1	5	1	15	5	5	5	3	18	3	3	3	3	12	2	3	2	7
10	4	3	4	2	1	1	3	1	19	5	5	5	2	17	3	4	4	3	14	3	1	2	6
11	3	2	4	5	4	4	3	4	29	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	3	5	12
12	3	2	2	2	2	2	2	2	17	2	5	5	2	14	2	2	2	5	11	4	3	2	9
13	3	3	2	3	3	4	3	4	25	5	5	2	2	14	2	4	3	3	12	3	2	2	7
14	4	2	2	2	2	3	2	4	21	4	3	3	4	14	4	4	1	1	10	5	3	2	10
15	3	2	2	2	4	4	3	4	24	2	2	2	2	8	4	4	4	3	15	4	3	3	10
16	4	4	4	4	4	4	5	4	33	5	5	5	2	17	5	4	3	3	15	5	3	5	13
17	4	4	2	5	4	4	2	1	26	5	5	5	5	20	3	4	4	3	14	4	3	3	10
18	3	2	3	5	2	4	2	4	25	5	5	2	2	14	4	1	4	3	12	5	4	3	12
19	4	2	3	2	2	4	2	3	22	5	2	2	2	11	3	3	3	2	11	4	3	2	9
20	3	2	2	5	3	3	3	3	24	2	2	2	3	9	3	3	3	3	12	3	5	2	10
21	2	5	2	5	3	3	3	4	27	5	5	2	5	17	3	4	4	3	14	5	4	4	13
22	3	2	2	5	2	3	5	2	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	3	2	9
23	2	2	3	5	4	3	2	4	25	5	5	2	2	14	4	3	4	3	14	4	3	3	10
24	3	2	3	2	3	3	2	3	21	2	2	2	3	9	3	3	3	3	12	4	4	2	10
25	3	2	3	5	4	1	3	4	25	5	5	5	5	20	2	3	1	4	10	5	2	3	10
26	3	2	3	4	4	4	3	3	26	2	5	2	2	11	3	4	4	4	15	2	4	4	10
27	3	2	2	3	1	3	3	4	21	5	5	5	5	20	3	4	1	4	12	5	4	1	10
28	2	5	5	5	5	5	4	5	36	3	2	3	1	9	5	5	5	5	20	4	3	4	11
29	1	4	3	4	4	4	5	4	29	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	4	4	4	12
30	4	5	4	3	4	4	5	1	30	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	4	13
31	3	5	3	3	2	2	2	4	24	5	4	4	2	15	4	3	3	3	13	5	4	4	13
32	5	2	3	4	1	3	3	2	23	5	5	5	5	20	5	2	3	3	13	5	3	2	10
33	3	2	5	5	1	4	2	1	23	5	5	5	5	20	1	1	4	2	8	4	4	3	11
34	4	2	3	5	4	4	4	4	30	2	2	2	2	8	4	4	4	3	15	3	4	5	12
35	4	4	5	5	4	3	3	1	29	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	13
36	3	3	5	5	3	5	2	5	31	5	5	2	2	14	4	3	4	4	15	4	5	5	14
37	4	1	1	1	1	1	2	4	15	5	2	2	3	12	1	3	2	1	7	3	4	2	9
38	4	4	1	3	1	4	5	1	23	5	5	2	2	14	4	1	1	5	11	4	2	4	10
39	4	5	5	4	1	1	5	4	29	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	5	4	5	14
40	4	3	3	5	4	2	5	1	27	2	2	3	2	9	4	3	5	1	13	4	3	3	10
41	1	5	1	5	1	1	5	1	20	4	3	3	5	15	3	4	3	3	13	3	4	2	9
42	4	1	5	2	2	2	1	1	18	2	2	4	2	10	1	2	4	1	8	5	5	5	15
43	5	3	3	5	4	1	5	2	28	5	2	2	2	11	3	3	5	3	14	5	5	4	14
44	1	3	1	5	1	5	5	1	22	5	5	2	5	17	2	3	2	5	12	5	4	1	10
45	2	3	2	4	3	4	4	3	25	5	5	5	2	17	4	2	4	1	11	4	4	2	10
46	3	4	2	4	3	4	4	3	27	2	5	5	5	17	5	2	4	2	13	4	4	1	9
47	2	2	2	2	2	2	2	2	16	5	5	5	5	20	3	1	2	1	7	3	3	3	9
48	3	3	3	4	2	4	4	3	26	2	2	2	2	8	5	4	1	3	13	4	3	2	9
49	2	3	2	5	2	3	2	1	20	2	2	2	2	8	2	5	2	2	11	4	3	3	10
50	2	4	2	5	4	3	2	2	24	2	5	5	5	17	4	4	1	1	10	5	2	3	10

51	4	5	3	5	4	4	5	2	32		5	5	5	5	20		5	5	5	5	20		5	4	4	13
52	4	5	4	5	1	4	5	3	31		5	5	5	5	20		2	3	5	4	14		5	5	4	14
53	3	5	4	5	2	5	5	3	32		2	3	5	5	15		4	4	4	4	16		5	4	5	14
54	2	5	3	5	2	5	5	3	30		5	5	3	5	18		5	2	4	3	14		5	5	4	14
55	4	5	4	5	4	5	5	4	36		5	5	5	5	20		4	4	4	4	16		5	5	4	14
56	4	5	3	5	3	5	5	2	32		5	5	5	5	20		3	4	4	4	15		5	5	5	15
57	2	5	4	5	2	5	5	4	32		2	2	2	2	8		5	3	4	5	17		5	4	4	13
58	2	5	5	5	2	5	5	2	31		5	5	5	5	20		4	4	4	4	16		4	4	4	12
59	4	5	4	5	4	5	5	4	36		5	2	1	5	13		2	5	4	4	15		5	5	5	15
60	4	5	4	5	4	4	5	4	35		5	5	5	5	20		4	4	4	4	16		5	4	4	13
61	4	4	4	5	4	5	5	4	35		5	5	5	5	20		4	5	4	4	17		4	4	4	12
62	4	4	4	5	4	5	5	3	34		5	5	5	5	20		4	4	4	4	16		5	4	5	14
63	3	4	4	4	3	5	5	3	31		5	5	5	5	20		5	4	5	5	19		5	4	3	12
64	4	5	2	4	4	4	5	4	32		2	2	2	2	8		5	4	4	4	17		5	4	4	13
65	4	5	3	5	3	5	5	3	33		5	5	5	5	20		4	4	4	4	16		5	4	4	13
66	3	4	3	5	3	5	5	4	32		5	5	5	5	20		3	4	4	4	15		5	4	4	13
67	2	4	3	5	1	4	2	3	24		5	2	2	2	11		1	4	4	4	13		5	3	2	10
68	3	4	3	5	3	3	4	3	28		2	2	2	2	8		4	3	4	4	15		4	5	3	12
69	1	1	3	5	1	5	5	5	26		2	2	2	2	8		2	1	3	3	9		4	3	3	10
70	3	3	1	5	2	5	3	3	25		2	2	2	2	8		3	3	3	3	12		3	3	3	9
71	1	1	1	5	1	2	1	1	13		2	2	2	1	7		1	1	1	1	4		3	1	1	5
72	1	3	1	3	2	2	4	2	18		4	4	3	3	14		3	2	2	3	10		4	4	3	11
73	1	3	2	5	1	3	1	2	18		2	5	5	2	14		2	4	4	3	13		4	5	4	13
74	2	2	1	5	2	2	1	1	16		2	2	2	2	8		3	2	2	2	9		4	3	3	10
75	3	3	3	4	2	4	4	3	26		2	5	5	2	14		3	2	3	5	13		3	3	3	9
76	3	4	3	3	3	3	3	2	24		2	2	2	3	9		3	2	2	4	11		4	3	3	10
77	1	4	1	5	2	3	4	1	21		5	5	5	5	20		2	1	3	2	8		5	3	3	11
78	1	2	2	5	1	3	3	3	20		5	5	5	5	20		4	3	3	3	13		3	3	4	10
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	2	2	2	11		5	5	5	3	18		5	3	4	12
80	2	2	1	4	4	3	4	3	23		5	5	5	5	20		5	2	4	3	14		2	3	4	9
81	1	3	2	5	1	3	3	2	20		2	2	2	2	8		3	3	2	5	13		4	3	2	9
82	1	5	1	5	2	1	1	1	17		5	5	5	5	20		4	2	4	3	13		2	2	3	7
83	3	3	2	4	1	2	3	2	20		2	2	5	3	12		3	1	3	3	10		3	3	3	9
84	3	4	1	5	1	3	2	3	22		3	5	1	2	11		1	3	4	4	12		3	2	2	7
85	1	2	3	4	1	1	3	1	16		4	5	3	1	13		2	4	5	2	13		4	3	2	9
86	1	2	1	4	1	3	5	1	18		3	3	4	3	13		2	1	3	3	9		3	3	2	8
87	5	5	5	3	4	4	4	4	34		2	2	2	5	11		5	5	3	3	16		4	4	4	12
88	4	3	2	4	3	3	3	2	24		2	2	2	2	8		4	1	3	2	10		5	3	2	10
89	3	3	3	4	3	3	3	3	25		2	5	2	2	11		5	3	3	2	13		1	3	2	6
90	1	1	2	5	1	4	2	2	18		5	2	2	3	12		3	4	3	1	11		4	3	2	9

AR - RANTRY

Lampiran 3 Data Karakteristik 90 responden

Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	41
2	Perempuan	49
Total		

Tahun Angkatan

Angkatan	Tahun
2017	25
2018	25
2019	27
2020	13
Jumlah	90

Reponden Menurut Frekuensi Belanja di e-commerce

No	Frekuensi Belanja di e-commerce	Total
1	1	15
2	1-5	28
3	>5	47

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

1, Pemahaman etika konsumsi Islam

		Correlations				
		X1	X2	X3	X4	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.524**	.332**	.398**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	.524**	1	.638**	.479**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X3	Pearson Correlation	.332**	.638**	1	.592**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X4	Pearson Correlation	.398**	.479**	.592**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
XTOTAL	Pearson Correlation	.710**	.836**	.816**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

2. Konformitas

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.292**	.250*	.254*	.647**
	Sig. (2-tailed)		.005	.017	.016	.000
	N	90	90	90	90	90

X2.2	Pearson Correlation	.292**	1	.411**	.280**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.007	.000
	N	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.250*	.411**	1	.289**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.006	.000
	N	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.254*	.280**	.289**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.016	.007	.006		.000
	N	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.647**	.731**	.710**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

3, Gaya Hidup

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOTAL	
				L	
X3.1	Pearson Correlation	1	.380**	.310**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
	N	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.380**	1	.358**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.310**	.358**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.000
	N	90	90	90	90
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.722**	.750**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

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

4. Perilaku Konsumtif

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	YTO TAL
Y1 Pearson Correlation	1	.206	.488*	-.176	.443*	.117	.169	.212*	.507*
Sig. (2- tailed)		.051	.000	.097	.000	.271	.111	.045	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y2 Pearson Correlation	.206	1	.302*	.277*	.309*	.318*	.544*	.054	.646*
Sig. (2- tailed)	.051		.004	.008	.003	.002	.000	.614	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y3 Pearson Correlation	.488**	.302*	1	.126	.403*	.318*	.219*	.298*	.659*
Sig. (2- tailed)	.000	.004		.237	.000	.002	.038	.004	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y4 Pearson Correlation	-.176	.277*	.126	1	.144	.400*	.207	-.021	.413*
N									

	Sig. (2-tailed)	.097	.008	.237		.177	.000	.050	.845	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y5	Pearson Correlation	.443**	.309*	.403*	.144	1	.307*	.244*	.349*	.670*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.177		.003	.021	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y6	Pearson Correlation	.117	.318*	.318*	.400*	.307*	1	.381*	.380*	.688*
	Sig. (2-tailed)	.271	.002	.002	.000	.003		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y7	Pearson Correlation	.169	.544*	.219*	.207	.244*	.381*	1	.140	.631*
	Sig. (2-tailed)	.111	.000	.038	.050	.021	.000		.189	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y8	Pearson Correlation	.212*	.054	.298*	-.021	.349*	.380*	.140	1	.509*
	Sig. (2-tailed)	.045	.614	.004	.845	.001	.000	.189		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

YT Pearson									
OT Correlatio	.507**	.646*	.659*	.413*	.670*	.688*	.631*	.509*	1
AL n									
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

1. pemahaman etika konsumsi Islam

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	4

2. Konformitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	4

3. Gaya Hidup

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	3

4. Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	8

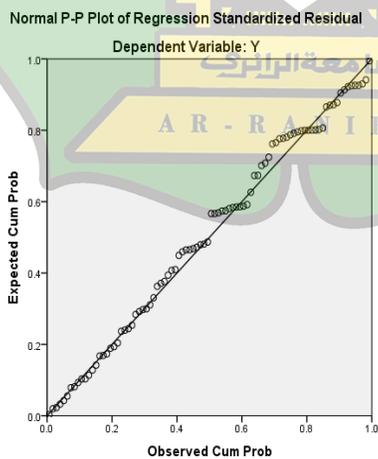
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.40566836
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.045
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



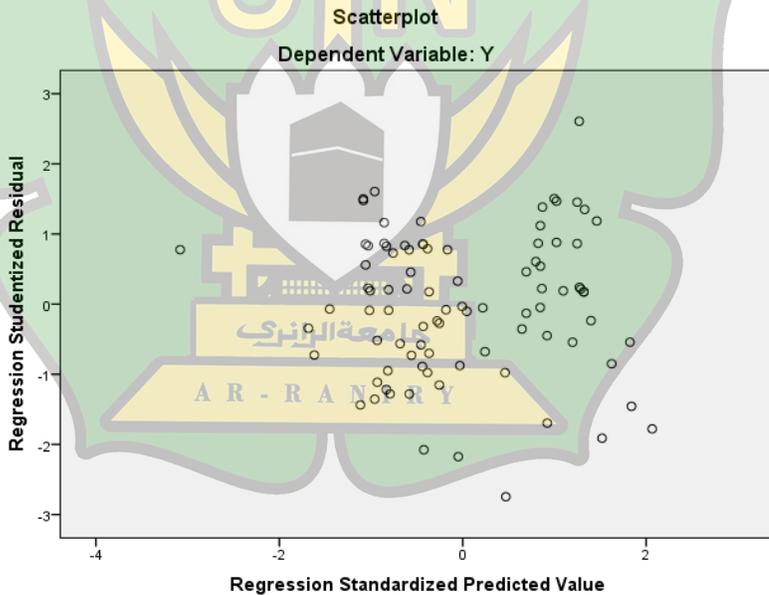
2. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.584	2.047		.774	.441		
X1	-.038	.085	-.029	-.451	.653	.933	1.072
X2	.953	.129	.534	7.389	.000	.755	1.324
X3	1.072	.186	.417	5.768	.000	.755	1.325

a. Dependent Variable: Y

3. Heteroskedastisitas



Lampiran 7 Hasil uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.584	2.047		.774	.441
X1	-.038	.085	-.029	-.451	.653
X2	.953	.129	.534	7.389	.000
X3	1.072	.186	.417	5.768	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8 Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.813 ^a	.661	.649	3.46456	1.844

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Hasil Uji-T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.584	2.047		.774	.441
X1	-.038	.085	-.029	-.451	.653
X2	.953	.129	.534	7.389	.000
X3	1.072	.186	.417	5.768	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 10 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2012.849	3	670.950	55.898	.000 ^b
Residual	1032.273	86	12.003		
Total	3045.122	89			

a. Dependent Variable: Y

c. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

