

**PENGARUH PEMAHAMAN EKONOMI ISLAM TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
T.A 2020/2021**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

**HAFIZT AULIA KADRI**

**NPM: 1601280034**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

# *Persembahan*

*Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Kepada  
Keluargaku*

*Ayahanda Masrel*

*Ibunda Suarni*

*Enni Ayu Kartika*

*Hidayatul Fernandes*

*Ada banyak harapan yang disematkan pada pundak ini*

*Motto :*

*"Ingin memberikan kebahagiaan bagi  
kedua orang tua dan membuat mereka  
bangga ketika aku sukses kelak"*



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Mila mangani suri ni agar dabalahan  
Nomer dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Hafizt Aulia Kadri  
Npm : 1601280034  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
2-11-2020	1) Buat Catatan kaki 2) Pambukkan hasil uji hipotesis di bagian sebelum kesimpulan		
3-11-2020	untuk Penulisan terhadap di bagian selanjutnya hasil dari bagian kesimpulan		
4-11-2020	hal 40 Smalah 1N Copi PasK dan Skripsi Orngi color halaman 46+48		

Medan, 02 November 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

**Dr. Muhammad Qorib, MA**

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

Pembimbing Skripsi

**Drs. Sarwo Edi, MA**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Ulu mangulu uku ni aya duduaku  
Nunni dan Sanggaha

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umso.ac.id E-mail : rektor@umso.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Hafizt Aulia Kadri  
Npm : 1601280034  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
Ketua Program Studi : Ism Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
4-11-2020	Hal. 29. Di Perbaiki	[Signature]	
5-11-2020	uji tuntas tesis di tandaki Uji tuntas tesimon, Di tany jurnal di tuntas ketu kegiatan di tuntas keaktifan	[Signature]	
6-11-2020	ACC	[Signature]	

Medan, 02 Desember 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
  
Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi  
  
Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal  
  
Drs. Sarwo Edi, MA

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hafizt Aulia Kadri

NPM : 1601280034

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ”** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa hasil skripsi ini hasil dari plagiatisme, maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 5 November 2020

Yat



Hafizt Aulia Kadri

1601280034



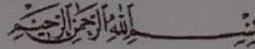
**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalah surat ini agar disalahkan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

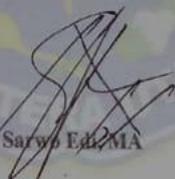


Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Hafizt Aulia Kadri  
Npm : 1601280034  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

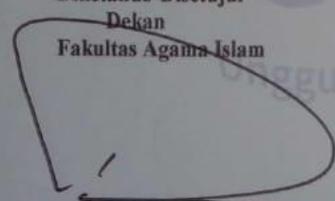
Medan, 05 November 2020

Pembimbing Skripsi

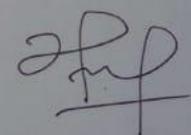
  
Drs. Sarwo Edy, MA

Disetujui Oleh:

Diketahui/ Disetujui  
Dekan  
Fakultas Agama Islam

  
Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program  
Studi Manajemen Bisnis Syariah

  
Isra Hayati, S.Pd, M.Si

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PEMAHAMAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

Oleh :

Hafizt Aulia Kadri

1601280034

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah  
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk  
dipertahankan dalam ujian skripsi*

**Medan, 5 November 2020**

Pembimbing



Drs. Sarwo Edi, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2020**

Medan, 5 November 2020

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) eksemplar  
Hal : Skripsi a.n. Hafizt Aulia Kadri  
Kepada Yth. : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-  
Medan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n. Hafizt Aulia Kadri yang berjudul: "PENGARUH PEMAHAMAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA". Maka saya berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian saya sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

**Pembimbing**



**Drs. Sarwo Edi, MA**

## ABSTRAK

***Hafizt Aulia Kadri, 1601280034, Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Drs.Sarwo Edi, MA***

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Adapun Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VIII. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 43 orang mahasiswa dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Total Sampling. Teknik analisa data menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana dan uji hipotesis, uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman ekonomi Islam tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif yang dinyatakan dengan hasil perhitungan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $-0,482 < 1,692$ , nilai signifikan  $0.633 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan uji Determinasi Nilai R Square sebesar 0,007 atau 0,7% variabel Perilaku Konsumtif (Y) dipengaruhi oleh pemahaman ekonomi Islam (X). Sementara sisanya sebesar 0,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

***Kata Kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, dan Kontrol Diri***

## ABSTRACT

***Hafizt Aulia Kadri, 1601280034, The Influence of Islamic Economics Understanding on Consumptive Behavior of Sharia Business Management Study Program Students, Advisor Drs. Sarwo Edi, MA***

*The purpose of this study was to determine the effect of Islamic Economics Understanding on the Consumptive Behavior of Students in the Sharia Business Management Study Program. The population used in this study were all students of Semester VIII Sharia Business Management Study Program. While the sample taken was 43 students using the sampling technique used was total sampling. The data analysis technique used data validity test, data reliability test, classical assumption test, simple regression test and hypothesis test, determination test. The results of this study indicate that the understanding of Islamic economics has no effect on consumptive behavior, which is stated by the calculation of  $t_{count} < t_{table}$  or  $-0.482 < 1.692$ , a significant value of  $0.633 > 0.05$ , so  $H_0$  is accepted and  $H_a$  is rejected. Based on the R Square Value Determination test of 0.007 or 0.7%, the Consumptive Behavior variable (Y) is influenced by the understanding of Islamic economics (X). While the remaining 0.7% is influenced by variables not examined in this study.*

***Keywords: Lifestyle, Consumptive Behavior, and Self Control***

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat, serta besarnya karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

Tidak lupa shalawat berangkaikan salam penulis ucapkan kepada junjungan besar baginda Rasulullah SAW, yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan diakhirat, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan safe'atnya. Amin Ya Rabba'alamin.

Selama melaksanakan perkuliahan dan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta doa yang tidak ada henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewa kepada Ayahanda Masrel dan Ibunda tercinta Suarni, yang telah memberikan doa-doa beserta motivasi, dorongan kasih sayang orang tua yang sangat terasa hangat didalam benak, hati, serta pengorbanan yang telah mereka berikan baik moral maupun material, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib MA, Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawair Pasaribu, S.Pd.I, MA, Selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati S.Pd, M.Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Ibu Khairunnisa, S.E.I, MM, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Drs. Sarwo Edi, MA, Selaku Dosen Pembimbing proposal yang sangat berperan besar karena bimbingan yang telah diberikan serta saran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) beserta staff biro fakultas Agama Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pendidikan kepada penulis, selama didalam proses belajar mengajar dikampus.
10. Kepada saudara kandung saya Enni Ayu Kartika dan Hidayatul Fernandes yang saya cintai dan sayangi.
11. Untuk teman-teman penulis Desi Gustini, Muhammad Yovi, Frendi Armawan penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah banyak membantu dalam kesulitan apa pun yang penulis hadapi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Kepada seluruh pihak, penulis ucapkan terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang telah berjasa dalam menyelesaikan skripsi ini, dan semoga kita semua selalu dalam ke Ridhaan Allah Swt. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharap kritik dan sarannya demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat bagi banyak orang dan terkhusus kepada pribadi penulis sendiri.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan apabila dalam penulisan penyelesaian skripsi ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya dan semoga Allah SWT selalu melindungi kita semua.

***Wassalamualaikum Wr. Wb***

Medan, 25 September 2020

Penulis

**Hafizt Aulia Kadri**

**NPM. 1601280034**

## DAFTAR ISI

Halaman

### PERSEMBAHAN

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan .....	
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>8</b>
A. Kerangka Teoritis.....	8
1. Ekonomi Islam.....	8
2. Perilaku Konsumtif.....	11
3. Gaya Hidup.....	15
4. Kontrol Diri .....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Berfikir .....	26

D. Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Metodologi Penelitian .....	29
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	29
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	31
D. Variabel Penelitian .....	31
E. Defenisi Operasional Variabel.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Instrumen Penelitian.....	33
H. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Institusi.....	39
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
C. Penyajian Data.....	44
D. Analisis Data .....	46
E. Interpretasi Hasil Analisa Data.....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1 (Penelitian Terdahulu).....		25
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....		30
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban .....		34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....		44
Tabel 4.2 Persentase Jawaban Responden Pemahaman Ekonomi Islam .....		44
Tabel 4.3 Persentase Jawaban Responden Perilaku Konsumtif.....		45
Tabel 4.4 Hasil Uji Variabel Pemahaman Ekonomi Islam .....		46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Kerja.....		46
Tabel 4.6 Hasil Uji Rehabilitas .....		47
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....		49
Tabel 4.8 Hasil Uji T Hitung (Uji Parsial).....		50
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....		51

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
	Gambar 2.1 Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa ditinjau dari Kontrol Diri dan Gaya Hidup.....	26
	Gambar 4.1 Grafik P-P Plot .....	48

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, berbagai bidang seperti ekonomi, teknologi, industri dan lain-lain telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Adanya kemajuan ini tentunya akan memudahkan masyarakat dalam melakukan sesuatu. Misalnya di bidang ekonomi kini masyarakat tidak lagi kesulitan dalam mencari produk atau barang yang akan dibutuhkannya. Hal tersebut dikarenakan semakin tingginya tingkat produksi dan peredaran produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat.

Banyaknya barang dan jasa yang ada di pasaran tentunya akan memengaruhi barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Sikap individu terhadap pembelian dan pemakaian barang. Pembelian dan pemakaian suatu barang terkadang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan yang kurang berguna, seperti mengikuti trend, gengsi, dan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting. Sehingga hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan daya beli dan sikap konsumtif meningkat. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal munculnya perilaku konsumtif. Individu akan secara terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Eni Lestarina, Hasnah Karimah, dkk. 2017. *Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja*.

Perilaku konsumtif telah melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya ialah Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Kebanyakan Mahasiswa menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan individu berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Sementara itu, munculnya beberapa perubahan yang kemungkinan dialami oleh Mahasiswa baik perubahan fisik, sikap, perilaku, dan emosi. Salah satunya adalah perubahan perilaku yang cenderung konsumtif.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara jurusan Manajemen Bisnis Syariah cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku Mahasiswa yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Pada umumnya perilaku konsumtif banyak terjadi pada kalangan Mahasiswa yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenakannya.

Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan membuat Mahasiswa berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mereka tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri<sup>2</sup>. Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima membuat Mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya perilaku membeli yang tidak wajar. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris

---

<sup>2</sup> Hurlock, E.B. 1999. *Psikologis Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayati & Soedjaro. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

seperti sepatu, tas jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Mereka juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak bermerek akan dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya para Mahasiswa tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan. Sikap dan perilaku tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif<sup>3</sup>.

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumtif pada seseorang yang terjadi ketika individu mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang secara berlebihan. Individu selalu mencari kepuasan akhir dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginan-keinginannya. Perilaku Mahasiswa seperti inilah yang cenderung melakukan pola perilaku konsumtif. Adanya gaya hidup dilingkungan Mahasiswa membuat Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang serba mewah, dan perubahan perilaku konsumsinya.

Konsumsi Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan, karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan juga memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Namun Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah menjadikan konsumsi bukan sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar, tetapi hanya sekedar keinginan pribadi yang bukan

---

<sup>3</sup> Ranti Tri Angraini, Fuzan Heru Santhoso. 2017. *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Prilaku Konsumtif pada Remaja*. Yogyakarta.

atau merupakan kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu, Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah cenderung melakukan konsumsi yang tidak terbatas<sup>4</sup>.

Ekonomi islam yaitu suatu ilmu pengetahuan sosial yang didalamnya mempelajari tentang masalah-masalah ekonomi masyarakat yang berbasis islam dan didasari empat pengetahuan yaitu Al-qur'an, sunnah, ijmak, dan qiyas. Maka dari itu manusia akan di kendalikan bagaimana cara memenuhi kebutuhan dan menggunakannya sesuai dengan ajaran islam. Islam adalah salah satu agama yang mengajari manusia untuk melakukan kebaikan dan berbuat adil. Prinsip inilah yang diterapkan islam dalam hal ekonomi.

Dengan demikian dalam lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2016, bahwa masih banyak Mahasiswa yang mengeluarkan uangnya untuk mementingkan keinginan daripada kebutuhan atau keperluan untuk kuliah. Mahasiswa lebih cenderung menghabiskan uangnya untuk belanja dan memenuhi segala keinginannya. Peneliti telah melakukan observasi terhadap Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2016.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara** “

---

<sup>4</sup> Oktavia Dewi Lestari. 2018. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sekolah X*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh lingkungan yang mengubah gaya hidup Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah menjadi konsumtif.
2. Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah cenderung menghamburkan uang untuk membeli hal yang tidak berguna.
3. Kurangnya pemahaman ekonomi islam pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah membuat Mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif.

## **C. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah pemahaman ekonomi islam dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
2. Bagaimana kemampuan Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam mengatasi perilaku konsumtif?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pemahaman ekonomi islam dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui bagaimana kemampuan Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam mengatasi perilaku konsumtif.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi mahasiswa  
Memberikan pembelajaran dan pengalaman belajar yang baru bagi mahasiswa yang berperilaku konsumtif.
2. Manfaat bagi Dosen  
Menambah wawasan dan sebagai bahan pembelajaran bagi dosen.
3. Manfaat bagi peneliti.  
Menambah pengalaman dan pengetahuan tentang perilaku konsumtif ekonomi islam.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Bab I : Pendahuluan. Bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan teori. Bab ini berisikan kerangka teoritis, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode penelitian. Bab ini berisikan metodologi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisikan deskripsi institusi, deskripsi karakteristik responden, penyajian data, analisis data, dan interpretasi hasil analisa data.

Bab V : Penutup. Bab ini berisikan kesimpulan, dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Kerangka Teoritis**

##### **1. Ekonomi Islam**

###### **a. Arti Ekonomi dalam Islam**

Kata ekonomi adalah berasal dari bahasa Yunani, yaitu *oikonomos*. Pada mulanya perkataan ini berarti pengaturan urusan-urusan rumah tangga. Pengertian ini kemudian berkembang menjadi bukan hanya urusan keluarga melainkan lebih besar dari pada itu, yaitu negara kota di Yunani. Selanjutnya perkataan ekonomi diberi pengertian yang dikhususkan pada persoalan-persoalan yang berkenaan dengan kebendaan atau kekayaan saja. Ilmu ekonomi secara populer sering didefinisikan sebagai ilmu tentang kekayaan atau ilmu tentang bagaimana menciptakan atau mewujudkan kesejahteraan material<sup>5</sup>.

Ilmu ini berusaha menemukan teori-teori tentang bagaimana cara mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan usaha dan tenaga yang sehemat-hematnya. Akan tetapi, perlu diketahui bahwa bidang ilmu ini bukan hanya pada cara bagaimana memperoleh keuntungan untuk kekayaan itu, melainkan juga bagaimana cara atau sistem penggunaannya dan cara pembagiannya atau penyalurannya kepada Mahasiswa.

Dalam bahasa Arab, ekonomi disebut dengan kata *Iqtishaddan* ilmu ekonomi disebut dengan ilmu *al iqtishad*, dalam arti melakukan sesuatu atau

---

<sup>5</sup> Ahmad Dimiyati. *Islam Dan Koperasi: Telaah Peran Serta Umat Islam Dalam Pengembangan Koperasi*. Jakarta: Koperasi Jasa Informasi. 1989 hlm. 43.

mengatur sesuatu sesuai dengan ketentuan dan aturan aturannya, tidak berlebihan dan kekurangan<sup>6</sup>. Dalam kata ini pula perkataan iqtishad atau dalam bentuk perubahan katanya dipergunakan dalam Alquran. Misalkan saja dalam surat An Nahl ayat 9 digunakan dengan kalimat qashd al sabil (jalan yang lurus atau jalan tengah), dalam surat Luqman ayat 32 dipergunakan kata muqtashid dalam arti orang-orang yang mengambil jalan tengah, dalam contoh lainnya tertulis di dalam surat Al Maidah ayat 66 dengan kalimat ummah muqtashidah dalam arti umat yang lurus atau umat yang tidak kurang dan tidak lebih. Perkataan-perkataan mengenai iqtishad juga terdapat dalam surat At taubah ayat 42, surat Luqman ayat 19 dan surat Fathir ayat 32<sup>7</sup>.

Ekonomi Islam berisi prinsip-prinsip muamalah yang diturunkan dari ajaran-ajaran Islam. Dapat diartikan bahwa ekonomi Islam adalah rumusan prinsip-prinsip ekonomi berdasarkan atas Al-Quran dan Al Hadist. Ekonomi Islam bukan mengembangkan atau membangun teori baru berdasarkan kenyataan-kenyataan yang terjadi dalam Mahasiswa. Melainkan ekonomi Islam adalah nilai muamalah yang telah diberikan Allah dengan Al Quran dan Al Hadis.

### **b. Pentingnya Ekonomi dalam Islam**

Dalam Islam kedudukan ekonomi penting karena ekonomi merupakan faktor penting yang membawa kepada kesejahteraan umat. Ismail Al Faruqi bahkan berpendapat “ Kegiatan kegiatan ekonomi adalah pernyataan dari semangat ajaran Islam (economic is action is the expression of Islam’s spirituality, karena ekonomi Mahasiswa (umat) dan kemakmurannya adalah

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm. 43.

<sup>7</sup> bid, hlm. 44.

cita cita yang ingin dicapai oleh umat Islam (The economy of ummah and its good health are of the assence of Islam)<sup>8</sup>.

Tidak mengherankan bila di dalam Al Quran terdapat banyak ayat ayat yang berkenaan dengan persoalan persoalan ekonomi. Begitupun juga di dalam hadits hadits Nabi. Menurut perhitungan Isa Abduh ayat ayat yang berkenaan dengan ekonomi ini di dalam Al Quran ada 725 ayat, baik yang secara langsung menegaskan prinsip ekonomi Islam, maupun pengertian yang tersirat dalam ayat ayat hukum atau kisah. Ia juga mengemukakan di dalam kitabnya tidak kurang dari 70 hadits yang berkenan dengan persoalan ekonomi.

Jadi manusia dalam Islam mendapatkan hak untuk memenuhi kebutuhan kebutuhannya asal saja tidak melanggar peraturan peraturan agama. Mahmud Muhammad Al Buhilli, menekankan adanya 5 prinsip<sup>9</sup>. Prinsip pertama, tidak melanggar ajaran agama. Prinsip kedua, tidak membahayakan jiwa. Prinsip ketiga, tidak bertentangan dengan pemahaman (penalaran) yang benar. Prinsip keempat tidak merusak keturunan. Dan prinsip kelima, tidak merugikan kekayaan orang lain. Ringkasnya lima prinsip yang harus diperhatikan dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi itu ialah agama (addin), jiwa (annafs), akal (alaki), keturunan (annasl), dan benda (almaal).

---

<sup>8</sup> Ibid, Hlm. 48

<sup>9</sup> Ibid, Hlm.49

## 2. Perilaku Konsumtif

### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Beberapa ahli berpendapat mengenai defenisi perilaku antara lain:

- 1) Perilaku Konsumtif mendefenisikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya<sup>10</sup>.
- 2) Grinder memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Lubis mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi<sup>11</sup>.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah dikemukakan sebelumnya maka yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Suyasa dan Fransisca yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

---

<sup>10</sup> Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Phronesis, Vol.7, No.2,172-198.

<sup>11</sup> Lina & Rosyid, H.F.(1997).*Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control pada Remaja Putra*.Jurnal Psikologika,4,5-13.

## b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen<sup>12</sup>. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

### 1. Faktor internal, terdiri atas:

- a. Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya<sup>13</sup>. Memberi batasan yang lebih sederhana tentang motivasi yaitu proses-proses yang menyebabkan orang bertindak laku seperti yang ia lakukan. Proses-proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan.
- b. Proses Belajar dan Pengalaman<sup>14</sup>. dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.
- c. Kepribadian dan Konsep Diri. Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu<sup>15</sup>.
- d. Keadaan ekonomi. Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang yang memiliki ekonomi rendah akan

---

<sup>12</sup> Engel. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Bina Rupa Aksara. Hal. 3.

<sup>13</sup> Solomon. 1996, *Consumer Behaviour 3<sup>rd</sup> edition*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

<sup>14</sup> Howard, John A., and Sheth, Jagdish N., 1998. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Irwin Mc Graw Hill.

<sup>15</sup> Assael. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action 6<sup>th</sup> Edition*, New York: South Western College Publishing.

menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi<sup>16</sup>.

- e. Gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif<sup>17</sup>.
- f. Sikap. Sikap merupakan pengaruh bagi perilaku-perilaku sosial. Sikap memiliki 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang diperoleh seseorang dari belajar.

2. Faktor eksternal terdiri atas:

- a. Faktor kebudayaan. Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil.
- b. Faktor kelas sosial. Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok *relative homogen* dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Basu Swasta dan Hani Handoko, 1987. *Manajemen Pemasaran: Analisis Konsumen*. Liberty: Yogyakarta.

<sup>17</sup> Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologis Pembangunan*. Yogyakarta: Insan Kamil, Pustaka Pelajar.

<sup>18</sup> Kotler. 1993. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Lembang Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- c. Faktor keluarga. Keluarga, yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja<sup>19</sup>. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu.
- d. Kelompok acuan. Merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Menurut Louddon dan Bitta, kelompok acuan ialah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya<sup>20</sup>.

### c. Indikator-indikator perilaku konsumtif

Sumartono mengemukakan bahwa aspek-aspek sikap konsumtif merupakan indikator perilaku konsumtif. Adapun indikator tersebut yaitu :

- 1) Pembelian secara impulsif. Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian<sup>21</sup>.
- 2) Pembelian secara tidak rasional. Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga.
- 3) Pemborosan (*wasteful buying*). Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang mengguakan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

---

<sup>19</sup> Kartono, Kartini. 2006. *Peran Keluarga Memandu Anak*. Jakarta: CV. Rajawali.

<sup>20</sup> Santoso. 1998. *Pengantar Hukum Pajak*, Refika Aditama, Bandung.

<sup>21</sup> Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan ( Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.

### 3. Gaya hidup

Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan dengan kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya (pattern in which people live and spend time and money)<sup>22</sup>.

Psikografik merupakan konsep yang terkait dengan gaya hidup. Psikografik adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografik analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psikografik sering juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam kehidupan mereka, pekerjaan dan aktivitas lainnya. Psikografik berarti menggambarkan (graph) psikologis konsumen (psyco). Psikografik adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demografik konsumen. Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (activity, Interest, Opinion), yaitu pengukuran kegiatan, minat, dan pendapat konsumen. Psikografik memuat beberapa pernyataan yang menggambarkan kegiatan, minat dan pendapat konsumen. Pendekatan psikografik sering dipakai produsen dalam mempromosikan produknya<sup>23</sup>.

Untuk memahami bagaimana gaya hidup, sekelompok masyarakat diperlukan program atau instrumen untuk mengukur gaya hidup yang berkembang, sebagaimana yang ditulis oleh Haryanto dalam penelitiannya bahwa di dalam kajian literatur mengindikasikan tiga pendekatan untuk mengeksplorasi

---

<sup>22</sup> Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 1995.,*Perilaku Konsumen*.Jakarta.Bina Rupa Aksara.Hal. 3.

<sup>23</sup> Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.

profil gaya hidup yaitu Pendekatan analitis dan sintesis, Pendekatan Value and Lifestyle (VALS), dan Pendekatan Activities, Interests, and Opinions (AIO). Pendekatan analitis dan sintesis menjelaskan lima dimensi untuk mengungkap gaya hidup, yaitu Morfologi, Hubungan sosial, Domain, Makna, dan Style. Morfologi menjelaskan aspek-aspek sejauh mana individu menggunakan kota dan fasilitasnya, misalnya aktivitas berbelanja di pasar yang sama atau melibatkan segala aktivitas, dalam memenuhi kebutuhannya. Hubungan sosial adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan hubungan sosial individu, misalnya seberapa banyak lingkaran pergaulan individu. Domain adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan aktivitas individu dalam lingkungan sosial, serta perannya dalam masyarakat. Makna adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan aktivitas individu dalam memberikan makna tertentu atau yang mendasari perilakunya. *Style* yaitu yang berkaitan dengan dimensi yang menampilkan aspek-aspek lahiriah dari gaya hidup, misalnya penggunaan simbol-simbol tertentu terhadap objek-objek di sekitarnya.

SRI Internasional telah mengembangkan program untuk mengukur gaya hidup ditinjau dari aspek nilai kultural yaitu *outer directed*, *inner directed*, dan *need driven*. Program itu disebut sebagai VALS 1 (value and lifestyle). *Outer directed* merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma tradisional yang telah terbentuk. Konsumen dalam segmen *inner directed*, membeli produk untuk memenuhi keinginan dari dalam dirinya untuk memiliki sesuatu dan tidak memikirkan norma-norma budaya yang berkembang. Kelompok ketiga yaitu konsumen yang

membeli sesuatu didasarkan atas kebutuhan dan bukan keinginan berbagai pilihan yang tersedia.

Kegiatan pembelian merupakan satu tahap dari keseluruhan proses pembelian konsumen. Proses pembelian terdiri dari tahap-tahap yang dimulai dengan pengenalan terhadap kebutuhan dan keinginan serta tidak berhenti setelah pembelian dilakukan. Pembahasan terlebih dahulu tentang model yang dapat menjelaskan proses pembelian, struktur pembelian dan macam-macam situasi pembelian. Ini semua dalam satu rangkaian proses yang dialami konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk<sup>24</sup>.

Untuk memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu:

Setiap keputusan membeli mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen. Komponen-komponen tersebut adalah: keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, cara pembayaran.

Situasi pembelian adalah beragam, jika konsumen akan membeli suatu rumah atau barang-barang tahan lama, maka ia melakukan usaha yang intensif untuk mencari informasi. Sebaliknya, jika konsumen membeli makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan sehari-hari, maka ia akan melakukan pembelian rutin. Pembelian seperti ini biasanya tidak mendorong konsumen untuk melakukan pencarian informasi dengan intensif. Situasi pembelian yang berbeda menyebabkan konsumen tidak melakukan langkah-langkah atau tahapan pengambilan keputusan yang sama.

---

<sup>24</sup> Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPFE UGM.

Keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Pengenalan Kebutuhan, muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.
- b) Pencarian Informasi, mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).
- c) Evaluasi Alternatif, pada tahap ini konsumen membentuk kepercayaan, sikap dan intervensinya mengenai alternatif produk yang dipertimbangkan tersebut. Proses evaluasi alternatif dan proses pembentukan kepercayaan dan sikap adalah proses yang sangat terkait erat. Evaluasi alternatif muncul karena banyaknya alternatif pilihan<sup>25</sup>.
- d) Menentukan Alternatif Pilihan, pada proses evaluasi kriteria, konsumen akan mendapatkan sejumlah merek yang dipertimbangkan. Konsumen akan mengurangi jumlah alternatif merek yang akan dipertimbangkan lebih lanjut.
- e) Menentukan Pilihan Produk, proses pemilihan alternatif ini akan menggunakan beberapa teknik pemilihan (*decision rules*). *Decision rules* adalah teknik yang digunakan konsumen dalam memilih alternatif produk dan merek.

---

<sup>25</sup> Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat Indonesia melalui penyediaan perumahan secara merata, khususnya bagi kelompok MBR, sangat rendah dan kelompok berpenghasilan informal, maka diperlukan upaya penyediaan perumahan murah yang layak dan terjangkau akan tetapi tetap memenuhi persyaratan kesehatan, keamanan, dan kenyamanan. Upaya memenuhi ketiga persyaratan dasar tersebut di atas serta memenuhi tujuan dari penyediaan perumahan bagi kelompok masyarakat tersebut maka perlu disediakan suatu rancangan yang memenuhi standar minimal (KepMen Kimpraswil No. 403/KPTS/ M/ 2002).

RSH merupakan tempat kediaman yang layak dihuni dan harganya terjangkau oleh MBR dan sedang, berupa bangunan yang luas lantai dan luas kavlingnya memadai dengan jumlah penghuni serta memenuhi persyaratan kesehatan rumah tinggal (KepMen Kimpraswil RI No. 403/KPTS/2002).

Penelitian tentang gaya hidup terhadap pembelian mesin cuci. Gaya hidup tidak signifikan dengan karakteristik demografis konsumen; antara variabel keputusan pembelian dengan influencer ditemukan bahwa pengaruh keluarga dalam pembelian lebih menonjol; atribut produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian; terdapat hubungan antara pilihan merek dan gaya hidup. Kesimpulannya, adalah karakteristik gaya hidup mempunyai pengaruh pada perilaku pembelian<sup>26</sup>.

Menurut Prayogo dalam penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dominan pada gaya hidup pembelian mobil adalah faktor informasional,

---

<sup>26</sup> Krishnan, J and Murugan, S. 2007. Lifestyle Analysis- A Tool For Understanding Buyer Behavior. *AIMA Journal Of Management & Research*, Vol. 1 Issue 1/4.

faktor *activities*, kemudian secara berurutan adalah faktor *opinion*, faktor *value expressive*, faktor *interest*, faktor *utilitarian*<sup>27</sup>.

Penelitian Priyanto menunjukkan bahwa faktor status sosial, faktor *value expressive*, faktor komunitas, faktor demografi, faktor utilitarian, faktor keadaan ekonomi, faktor informasi, faktor selera dan faktor kenyamanan, berturut-turut merupakan faktor gaya hidup dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah<sup>28</sup>.

Penelitian Walker dan Li menemukan bahwa gaya hidup pada masing-masing kelas yaitu kelas 1 berorientasi pada sub-urban, gaya hidup auto-oriented dengan tempat tinggal yang lebih besar, parkir off street, banyak rumah single, dan waktu perjalanan ke tempat kerja lebih pendek, kualitas sekolah yang bagus, tempat belanja menengah atas (toko khusus dan lapangan). Kelas 3 mengindikasikan orientasi kendaraan dimana mereka mementingkan letak parkir kendaraan dan tempat kerja yang dekat dengan kendaraan, ukuran besar, letak kota, toko yang dapat dijangkau dengan berjalan. Kelas 2 merupakan gaya hidup transit-oriented, dimana waktu perjalanan untuk bekerja dengan transit adalah variabel yang paling penting, menginginkan untuk transit di pinggiran kota seperti mereka mengindikasikan pilihan untuk ukuran yang besar, rumah single yang banyak, ukuran tempat tinggal yang besar, tidak ada toko yang dekat dan jauh dari jalan raya<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Prayogo, U. 1997. *Pertimbangan Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Mobil Niaga (Studi Kasus Pada Mobil Isuzu Panther)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.

<sup>28</sup> Priyatno, 1998. *Gaya Hidup Dalam Pembelian Rumah (Analisis Faktor-faktor Gaya Hidup Keluarga Baru dalam Pembelian Rumah di Surabaya)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.

<sup>29</sup> Walker, J.L. and J. Li. 2006. *Latent Lifestyle Preferences and Household Location Decisions. Forthcoming in Geographical Systems*.

Salama dalam penelitiannya meneliti dengan pendekatan transdisipliner ditemukan bahwa gaya hidup mempengaruhi penggabungan dan kecocokan tempat, pilihan visual dan kepuasan masyarakat. Penelitian ini mengintegrasikan tiga teori gaya hidup dalam suatu kluster. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa konsumen dengan pendapatan yang rendah akan memilih rumah yang melewati taman dan mempunyai batasan yang jelas<sup>30</sup>.

Penelitian Susanti menunjukkan bahwa variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga, secara variabel motivasi, persepsi, belajar, kepribadian dan sikap secara keseluruhan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan jenis produk, keputusan tentang bentuk produk dan keputusan tentang penjual/produsen dalam konsep pengambilan keputusan<sup>31</sup>.

Penelitian Noryadi menunjukkan bahwa variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika faktor eksternal dan internal diberlakukan sama, maka menunjukkan bahwa variabel motivasi, kepribadian, dan persepsi tidak berpengaruh signifikan<sup>32</sup>.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- a) Faktor-faktor gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>30</sup> Salama, A.M. 2006. A Lifestyle Theories Approach for Affordable Housing Research in Saudi Arabia. *Emirates Journal for Engineering Research*. Vol. 11 (1), pp. 67-76.

<sup>31</sup> Susanti, E.D. 1997. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah (Studi Pada Proyek Perumahan Griyo Mapan Santosa, Surabaya)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.

<sup>32</sup> Noryadi, E. 2000. *Faktor Eksternal dan Faktor Internal yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Pada Perumahan Delta Sari Baru, Waru Sidoarjo)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.

- b) Faktor aktivitas dengan indikator pekerjaan dan komunitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c) Faktor minat dengan indikator keluarga dan media informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- d) Faktor opini dengan indikator budaya dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **4. Kontrol Diri**

##### **a. Defenisi Kontrol diri**

Pendapat kontrol diri diungkapkan oleh Colhoun dan Acocella kontrol diri adalah pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan prilaku seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Pengertian yang di maksud menekankan pada kemampuan dalam mengolah yang perlu di berikan sebagai bekal untuk membentuk pola prilaku pada individu yang mencakup dari keseluruhan proses yang membentuk dalam diri individu yang berupa pengaturan fisik, psikologis, dan prilaku<sup>33</sup>. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan dimasyarakat agar mengarah pada perilaku positif. Dapat diartikan bahwa seseorang secara mandiri mampu memunculkan perilaku positif. Kemampuan kontrol diri yang terdapat pada seseorang memerlukan peranan penting interaksi dengan orang lain dan lingkungannya agar membentuk kontrol diri yang matang, hal tersebut dibutuhkan karena ketika seseorang diharuskan

---

<sup>33</sup> Acocella, J. R. .& Calhoun, J. F. (1990). *Psikologi Tentang Penyesiauan dan Hubungan Kemanusiaan (Alih Bahasa: Satmoko, R.S)*. Semarang: IKIP Press.

untuk memunculkan perilaku yang baru dan mempelajari perilaku tersebut dengan baik<sup>34</sup>.

Sedangkan menurut Averill Ghufon & Risnawati, kontrol diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini<sup>35</sup>.

Dapat disimpulkan bahwa kontrol diri sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah kosekuensi positif serta merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya.

## **b. Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri**

### 1. Faktor internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri terhadap usia. Cara orang tua menegakkan disiplin, cara orang tua merespon kegalakan anak, gaya berkomunikasi, cara orang tua mengekspresikan kemarahan (penuh emosi atau mampu menahan diri) merupakan awal anak belajar tentang kontrol diri. Seiring dengan bertambahnya usia anak, bertambah pula komunitas yang mempengaruhinya, serta banyak pengalaman sosial yang dialaminya, anak belajar merespon kekecewaan, ketidak sukaan,

---

<sup>34</sup> Tangney, J.P., Baumeister, R. F., Boone, F.L. (2004). *High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Succses*. Journal Of Personality, 72 (2), 271-324.

<sup>35</sup> Ghufon, Nur & Rini Risnawati. 2011. *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

kegagalan dan belajar untuk mengendalikannya, sehingga lama-kelamaan kontrol tersebut muncul dalam dirinya sendiri.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan dan keluarga. Faktor lingkungan dan keluarga merupakan faktor eksternal dari kontrol diri. Orang tua yang menentuka kemampuan mengontrol diri seseorang. Salah satunya yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sifat disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengendalikan sesuatu pada individu. Kedisiplinan yang diterapkan pada kehidupan dapat mengembangkan kontrol diri dan *self directions* sehingga seseorang dapat mempertanggung jawabkan dengan baik segala tindakan yang dilakukan<sup>36</sup>.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang di gunakan dalam mengkaji penelitian yang di lakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis menangkap beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang di lakukan penulis.

---

<sup>36</sup> Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna.2019.*Kontrol Diri : Definisi dan Faktor*.Tasikmalaya.

Tabel 2.1 (Penelitian Terdahulu)

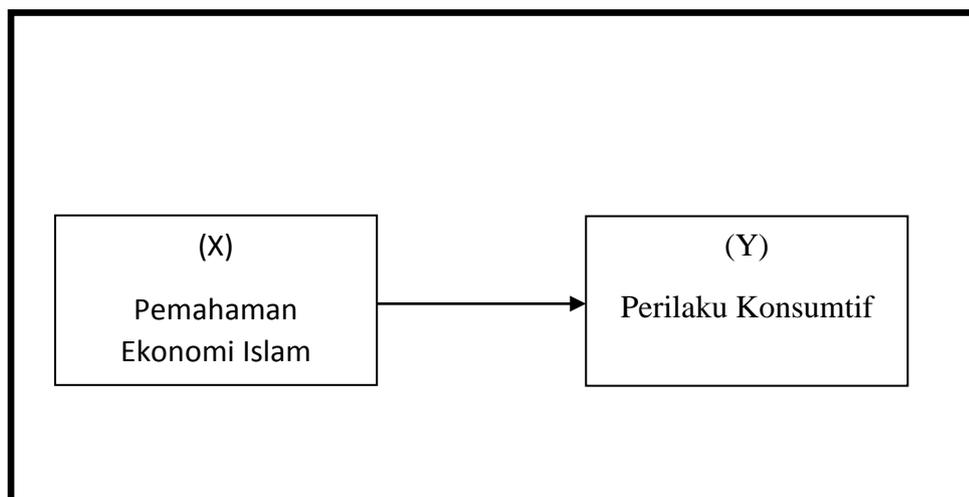
No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aprida Kurniansih	Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Manajemen Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015).	Variable terikat (Pemahaman Ekonomi) dan Variable bebas (Perilaku Konsumtif Mahasiswa)	Mahasiswi jurusan ekonomi syariah angkatan 2015 dari sebelas informan lima diantaranya memiliki perilaku konsumtif. Kelima mahasiswi ini umumnya belum bisa memahami dan menerapkan tentang mengelola keuangan yang sesuai dengan Ekonomi Islam. Adanya gaya hidup dilingkungan mahasiswi membuat tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang serba mewah, dan perubahan perilaku konsumsinya <sup>37</sup> .
2.	Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti	Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul	Variable bebas (Konsep Diri) dan variable terikat (Perilaku Konsumtif)	Hasil analisa data antara konsep diri dan perilaku konsumtif yang menunjukkan bahwa terdapat persentase yang lebih tinggi pada mahasiswa Universitas esa Unggul yang terkategori dalam konsep diri negatif yang berperilaku konsumtif tinggi dengan jumlah 13 mahasiswa (44,8%) dan terdapat persentase yang lebih tinggi pada mahasiswa Universitas Esa Unggul yang terkategori dalam konsep diri negatif yang berperilaku konsumtif rendah dengan jumlah 15 mahasiswa (55,6%) <sup>38</sup> .

<sup>37</sup> Aprida Kurniasih. *Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Manajemen Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015)*. Metro Lampung. 2020.

<sup>38</sup> Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti. *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jakarta. 2013.

3.	Ahsan Lodeng	Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung).	Variabel bebas (Perilaku Konsumtif) dan variable terikat (Ekonomi Islam)	Perilaku mahasiswa ketika beraktivitas, minat dan pendapat belum sepenuhnya sesuai dengan ekonomi Islam. Hal ini terlihat sebagian besar mahasiswa terdorong oleh gaya hidup hedonis berorientasi pada kesenangan dan bukan karena kebutuhan sehingga menyebabkan berperilaku konsumtif. Dalam ekonomi Islam kebutuhan harus berorientasi pada kebutuhan yang rasional dan positif sesuai syariat-syariat Islam yang berlandaskan pada firman Allah SWT dalam surat <i>Al-araf</i> ayat 31 dan hadist riwayat Bukhori <sup>39</sup> .
----	--------------	---	--	---

### C. Kerangka Berfikir



Gambar 2.1  
Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa ditinjau dari Kontrol Diri dan Gaya Hidup

Pada tahap ini remaja mengalami perubahan baik secara emosi, tubuh minat, pola perilaku<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> Ahsan Lodeng. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam*. Lampung. 2018.

<sup>40</sup> Hurlock, B. Elizabeth. 2006. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga.

Berdasarkan hubungan antara kontrol diri dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif bahwasannya, beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri dan gaya hidup. Terdapat beberapa fenomena perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja, oleh karena itu untuk mengatasi perilaku konsumtif tersebut remaja perlu memiliki kontrol diri yang baik. Kontrol diri pada remaja memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang. Karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam memutuskan untuk membelanjakan sesuatu. Sedangkan, gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang terlihat dari berbagai aktifitasnya, minat, pendapat yang bersangkutan.

Dari hal tersebut bisa dikatakan jika kontrol diri meningkat berarti terjadi hubungan yang searah antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dapat dikatakan juga bahwa gaya hidup yang dimiliki mahasiswa tinggi maka perilaku konsumtif yang terjadi akan tinggi, begitupun sebaliknya jika gaya hidup yang dimiliki mahasiswa rendah maka perilaku konsumtif yang akan terjadi rendah.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data<sup>41</sup>. Berdasarkan latar belakang serta landasan teori yang telah dijelaskan, maka dari itu dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 99.

$H_a$  : Ada hubungan antara Pemahaman Ekonomi Islam (X) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan penelitian metode 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<sup>42</sup>.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Dalam penelitian ini penulis memilih lokasi penelitian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jl. Kapten Muchtar No.3, Glugur Darat II, Kec.Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei 2020 sampai dengan bulan November 2020.

---

<sup>42</sup> Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

**Tabel 3.1**

**Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan/Tahun																											
		Mei'20				jun'20				jul'20				Agu'20				Sep'20				Okt'20				Nov'20			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Proposal pengajuan judul	■	■	■	■																								
2.	Penyusunan Proposal									■	■	■	■	■															
3.	Bimbingan Proposal																	■	■	■	■								
4.	Seminar Proposal																					■							
5.	Penyusunan Skripsi																									■			
6.	Riset																											■	■
7.	Bimbingan Skripsi																											■	■
8.	Sidang Meja Hijau																												■

## **C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan seluruh subjek penelitian. Dimana seorang peneliti yang ingin meneliti komponen yang ada didalam suatu penelitian, maka penelitiannya adalah penelitian populasi<sup>43</sup>. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2016 yang berjumlah 43 orang Mahasiswa. Data tersebut di ambil dari dua kelas, yaitu kelas A dan kelas B.

### **2. Sampel**

Dalam penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*. Teknik *Total Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang terdiri dari seluruh populasi dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yang berjumlah 43 Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2016.

## **D. Variabel Penelitian**

Variabel *independen* (bebas) merupakan suatu variabel yang mempengaruhi suatu variabel terikat (*dependen*) dan dapat dikatakan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel *independen* (bebas) dalam penelitian ini adalah Pemahaman Ekonomi Islam.

---

<sup>43</sup> Ibid, h. 173.

Variabel *dependen* (terikat) merupakan suatu variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas dan dikatakan suatu variabel terikat karena adanya pengaruh dari variabel *independen* (variabel bebas). Variabel *dependen* (terikat) dalam penelitian ini adalah Perilaku Kosumtif.

### **E. Defenisi Operasional Variabel**

Dalam suatu penelitian defenisi operasional sangat dibutuhkan agar dapat memberikan batasan pada penelitian dan memudahkan dalam menjelaskan mengenai suatu variabel yang diteliti dan menggunakan indikator yang ada didalamnya.

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.

Perilaku Konsumtif adalah suatu perilaku yang di tandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mahal yang membarikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya, serta adanya pola hidup manusia yang di kendalikan dan di dorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan ( Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara peneliti untuk mengumpulkan data. Terdapat beberapa hal penting didalam teknik pengumpulan data yaitu, sumber data, teknik yang digunakan, instrumen yang digunakan serta strategi menguji kualitas instrumen. Dalam memperoleh informasi dan data dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti ialah menggunakan dengan cara:

1. Kuisioner/angket, yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun oleh peneliti mengenai suatu variabel yang diteliti, dikarenakan pada masa pandemi maka peneliti membagi angket secara daring.
2. Observasi, yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat langsung suatu objek yang akan diteliti.
3. Dokumentasi, yaitu merupakan metode pengumpulan data dengan melihat dan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri maupun oleh orang lain mengenai subjek.

## **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam pengumpulan data dan mengukur suatu variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian harus sesuai dengan tujuan pengumpulan data<sup>45</sup>. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan

---

<sup>45</sup> Ibnu Hajar. 1999. Dasar-dasar metodologi penelitian kuantitatif dalam Pendidikan. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.

### 1. Kuisisioner

Penyebaran kuisisioner/angket yang berisi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang disusun oleh peneliti dan disebarakan atau diberikan kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pertanyaan dan pernyataan yang telah diberikan kepada responden ialah untuk mengukur suatu variabel yang diteliti yaitu Pemahaman ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa.

### 2. Skala

Dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan ialah menggunakan *skala likert*, ada lima pilihan jawaban dalam kuisisioner/angket serta terdapat skor pengukuran pada alternatif jawaban yaitu dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Alternatif Jawaban**

Keterangan	Skor dari Jawaban
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
KS : Kurang Setuju	3
TS : Tidak Setuju	2
KTS : Kurang Tidak Setuju	1

## H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan ialah metode analisis regresi sederhana. Regresi sederhana merupakan suatu metode yang menganalisis pengaruh hubungan antara satu variabel dependen (terikat) dan satu variabel independen (bebas)<sup>46</sup>. Tujuan dalam penelitian ialah mengetahui apakah Pemahaman ekonomi islam berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah:

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Validitas ialah kebenaran atau ketepatan, menguji validitas merupakan menguji sampai mana kebenaran atau ketepatan suatu kuisisioner dan sebagai alat ukur untuk variabel penelitian. Apabila kuisisioner benar atau valid maka pengukuran hasil kemungkinan akan benar. Dalam menentukan suatu kuisisioner layak atau tidak untuk digunakan dapat dilakukan dengan uji validitas terlebih dahulu. Apabila nilai korelasi ( $r$ ) yang didapat ialah positif, maka kemungkinan item kuisisioner yang telah diuji ialah valid/benar. Namun walaupun hasil yang diperoleh positif, nilai korelasi ( $r$ ) perlu juga dihitung untuk dilihat signifikan atau tidaknya yaitu dengan cara membandingkan nilai korelasi yakni nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item kuisisioner ialah signifikan dan juga valid/benar tetapi jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item

---

<sup>46</sup> J. Supranto. 2001. *Statistik teori dan aplikasi*. Jakarta: Erlangga.

kuisisioner ialah tidak valid serta tidak layak dijadikan sebagai item kuisisioner dalam penelitian dan dibuang dari instrumen kuisisioner/angket.

### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas ialah untuk melihat suatu instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya atau tidaknya. Apabila instrumen variabel penelitian yang digunakan handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian memiliki keterpercayaan yang tinggi. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cornbrach's* Alpha  $\geq 0,60$ , dengan ukuran pengujian  $r$  hitung  $> r$  tabel dengan signifikansi 0,05 maka dinyatakan reliabel, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel alat ukur dinyatakan tidak reliabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Distribusi yang mendekati normal maupun normal adalah model regresi yang baik. Distribusi normal dapat dilihat dengan penyebaran data statistik di sumbu diagonal pada grafik distribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan melihat perbandingan distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif pada distribusu normal. Cara pengambilan keputusan pada uji normalitas data ialah apabila data yang menyebar disekitar garis diagonal maka menunjukkan distribusi normal, sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas dana apabila data yang menyebar jauh dari garis diagonal maka tidak

menunjukkan distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Tujuan dari uji regresi sederhana ini ialah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat memiliki nilai positif atau negatif serta signifikan atau tidak signifikan. Rumus regresi sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Variabel Perilaku Konsumtif

X = Variabel Pemahaman Ekonomi Islam

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (parsial)

Uji t ini dilakukan untuk menganalisis suatu hipotesis, ditolak atau diterima serta dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengambilan keputusan pada uji t ini ialah apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak. Sehingga tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel (X) terhadap variabel (Y) dan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_a$  diterima. Sehingga terdapat pengaruh secara parsial antara variabel (X) terhadap variabel (Y).

#### b. Uji Determinasi

$R^2$  atau uji determinasi adalah suatu pengujian yang sangat penting dalam regresi, baik atau tidaknya model regresi yang digunakan dapat dilihat dari uji

determinasi atau  $R^2$  ini. Seberapa besar variasi nilai koefisien determinasi  $R^2$  yaitu antara  $0 (0\%) < R^2 < 1 (100\%)$ . Nilai  $R^2$  yang kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas dan apabila nilai mendekati 1 (100%) maka variabel bebas dapat memberikan informasi dalam memprediksi variabel terikat.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Institusi**

##### **1. Sejarah Institusi**

Persyarikatan Muhammadiyah sebagai gerakan Tajdid (pemurnian, pembaharuan, reformasi dan modernisasi) yang didirikan pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 Hijriyah bertepatan dengan tanggal 18 November 1912 Miladiyah, lahir sebagai bentuk perjuangan menegakkan dan menjunjung tinggi agama Islam. Muhammadiyah didirikan untuk mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya, melalui amal usaha, diantaranya bidang pendidikan yang merupakan salah satu ciri khas organisasi. Lembaga pendidikan yang didirikan dan diselenggarakan Muhammadiyah menjadi sub sistem dalam sistem pendidikan nasional, mulai dari pendidikan prasekolah sampai perguruan tinggi yang tersebar di seluruh tanah air, salah satunya Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara disingkat UMSU, adalah amal usaha dibawah persyarikatan Muhammadiyah yang berasas Islam dan bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah didirikan di Medan pada tanggal 27 Februari 1957 yang berkedudukan di kota Medan Propinsi Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, didirikan atas prakarsa beberapa tokoh ulama Muhammadiyah, diantaranya, H. M. Bustami Ibrahim, D. Diyar Karim, Rustam Thayib, M. Nur Haitami, Kadiruddin Pasaribu, Dr. Darwis Datuk Batu Besar, H. Syaiful U.A, Abdul Mu'thi dan Baharuddin Latif .

UMSU yang sekarang ini bermula dari lahirnya fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah (FAFHIM) yang kemudian menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) Sumatera Utara pada tahun 1968, mengasuh 3 (tiga) fakultas : (1) Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), (2) Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah (FIAD), dan (3) Fakultas Syariah.

UMSU dikukuhkan dengan Piagam Pendirian oleh PP Muhammadiyah Majelis Pendidikan dan Pengajaran Nomor 2661/0/07/1974 tanggal 28 Mei 1974.

Awal berdirinya FIP UMSU merupakan binaan dari FIP Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) dan pada tahun 1974 berdiri sendiri, sedangkan FIAD yang bercabang ke Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berdiri sendiri dan mengubah nama menjadi Fakultas Ushuluddin. Lahirnya fakultas-fakultas lain tidak terlepas dari peran serta Kopertis Wilayah I atas nama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI dan Kopertais Wilayah IX atas nama Menteri Agama RI.

UMSU yang awalnya mengasuh 3 (tiga) fakultas yakni Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah seiring perjalanan waktu berkembang pesat. UMSU saat ini memiliki delapan fakultas yakni Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Kedokteran yang didirikan Tahun 2008. Untuk program Pascasarjana terdapat delapan Program Studi yakni Magister Manajemen, Akuntansi, Hukum, Kenotariatan, Komunikasi, Teknik Elektro dan Matematika serta Manajemen Pendidikan. UMSU juga kini sedang menunggu proses izin penyelenggaraan Program Doktorat Hukum.

UMSU juga menjadi pembina beberapa Sekolah Tinggi Muhammadiyah, seperti: Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan (UMTS) di Padangsidimpuan, STIE Muhammadiyah Asahan di Kisaran dan STI Tarbiyah di Sibolga.

Kampus pertama UMSU terletak di Jalan Gedung Arca yang saat ini digunakan oleh Fakultas Kedokteran. Seiring dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa dibangunlah kampus baru yang terletak di Jl. Mukhtar Basri, dan kini menjadi gedung utama. Kampus utama berjarak 6100 m atau dengan waktu tempuh tempuh 13 menit dari kampus lama. Di bawah kepemimpinan Dr. Agussani, M.AP UMSU membangun gedung Pascasarjana di Jalan Denai untuk menampung lulusan sarjana seiring dengan makin tingginya minat masyarakat menempuh jenjang pendidikan S2.

Di masa awal, UMSU dipimpin oleh Bustami Ibrahim. Kepemimpinan beliau dilanjutkan oleh Latief Rousydiy, dan mengalami perubahan signifikan pada masa kepemimpinana Dalmy Iskandar. Selepas itu, Rektor UMSU dijabat Chairuman Pasaribu, Bahdin Nur Tanjung, Dalail Ahmad dan saat ini Rektor dijabat Dr. Agussani, M.AP.

Di masa kepemimpinan Dr. Agussani, M.AP, UMSU mengalami transformasi melalui pembenahan tata kelola pelayanan administrasi akademik dan pengajaran. Sistem Informasi UMSU yang dikembangkan bersama Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memungkinkan keterlibatan orang tua untuk berperan aktif dalam keberlangsungan pendidikan. Guna memenuhi tuntutan kebutuhan perkembangan UMSU dibangunlah gedung Pascasarjana di Jalan Denai setinggi tujuh lantai.

Seiring dengan itu, sesuai dengan arahan Pimpinan Pusat Muhammadiyah, maka didirikanlah Observatorium Ilmu Falak (OIF) yang menjadi rujukan dalam berbagai aktifitas penentuan waktu shalat dan lainnya berkaitan dengan waktu penanggalan dan waktu shalat serta arah kiblat. Didukung dengan peralatan canggih, OIF UMSU sukses menarik perhatian masyarakat yang ingin tahu lebih dalam tentang fenomena benda langit.

Sebagai Rektor, Dr. Agussani, M.AP juga berinisiatif untuk membangun kampus terpadu. Hal ini sejalan dengan visi UMSU tahun 2033 menjadi universitas berkelas internasional. Selain membeli lahan kampus terpadu, guna mewujudkan UMSU go internasional, didirikanlah Kantor Urusan Internasional guna membangun jejaring dengan mitra universitas di luar negeri.

Pada tahun 2019 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berhasil meraih predikat akreditasi A untuk perguruan tinggi dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. UMSU menjadi satu-satunya perguruan tinggi swasta di Pulau Sumatera yang berhasil meraih peringkat akreditasi A dan kedua di Indonesia di luar Pulau Jawa.

Rektor UMSU, Dr Agussani mengatakan, raihan akreditasi A untuk perguruan tinggi yang berhasil diraih UMSU adalah berkat kerja keras yang dilakukan seluruh civitas akademika.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> UMSU. Sejarah. <http://www.umsu.ac.id/sejarah/>. Diakses pada 2 November 2020

## **2. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah**

### **a. Visi**

Menjadi program studi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan Ilmu pengetahuan, teknologi dan sumber daya manusia di bidang Bisnis Manajemen Syariah berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.

### **b. Misi**

Adapun misi Program Studi Manajemen Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dibidang bisnis dan Manajemen Syariah berdasarkan al-Islam Kemuhammadiyah.
- 2) Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang bisnis dan manajemen syari'ah berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan kehidupan masyarakat berdasarkan al-Islam dan Kemuhammadiyah.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin <sup>48</sup>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	11	17,6	17,6	17,6
	Perempuan	32	82,4	82,4	100,0
Total		43	100,0	100,0	

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 43 orang Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VIII. Berdasarkan data deskriptif dari tabel diatas dapat diketahui bahwa persentase responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 17,6%, sedangkan perempuan sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 82,4%. Sehingga yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden perempuan.

## C. Penyajian Data

Dibawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari setiap pernyataan yang telah disebarkan kepada responden:

**Tabel 4.2**  
**Persentase Jawaban Responden Pemahaman Ekonomi Islam<sup>49</sup>**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		RG		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	17	39,5	26	60,3	-	-	-	-	-	-	43	100
2	13	30,2	26	60,5	4	9,3	-	-	-	-	43	100

<sup>48</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

<sup>49</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

3	31	72,1	11	25,6	1	2,3	-	-	-	-	43	100
4	18	41,9	24	55,8	1	2,3	-	-	-	-	43	100
5	17	39,5	19	44,2	5	11,6	2	4,7	-	-	43	100

Dari tabel diatas bisa dilihat persentase jawaban dari variabel Pemahaman

Ekonomi Islam dimana mayoritas jawaban dari responden sangat setuju hal ini berarti angket yang disebar kepada responden bernilai sangat baik karena sesuai dengan pemikiran Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VIII.

**Tabel 4.3**

**Persentase Jawaban Responden Perilaku Konsumtif<sup>50</sup>**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		RG		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	1	2,3	9	20,9	18	41,9	15	34,9	43	100
2	-	-	-	-	2	4,7	17	39,5	24	55,8	43	100
3	-	-	1	2,3	9	20,9	16	37,2	17	39,5	43	100
4	-	-	-	-	2	4,7	18	41,9	23	53,5	43	100
5	-	-	-	-	1	2,3	18	41,9	23	53,5	43	100
6	-	-	-	-	1	2,3	24	55,8	18	41,9	43	100

Dari tabel diatas bisa dilihat persentase jawaban dari variabel Perilaku

Konsumtif mayoritas jawaban dari responden sangat setuju hal ini berarti angket yang disebar kepada responden bernilai sangat baik karena sesuai dengan pemikiran Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VIII.

<sup>50</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

## D. Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel suatu penelitian. Jika instrumen valid atau benar maka hasil pengukuran kemungkinan akan benar.

#### 1) Variabel Pemahaman Ekonomi Islam

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Ekonomi Islam<sup>51</sup>**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,656	0,000 < 0,05	Valid
No.2	0,706	0,000 < 0,05	Valid
No.3	0,745	0,000 < 0,05	Valid
No.4	0,777	0,000 < 0,05	Valid
No.5	0,678	0,000 < 0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai korelasi yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel Pemahaman Ekonomi Islam dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

#### 2) Variabel Perilaku Konsumtif

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif<sup>52</sup>**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
No.1	0,728	0,000 < 0,05	Valid
No.2	0,694	0,000 < 0,05	Valid

<sup>51</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

<sup>52</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

No.3	0,701	0,000 < 0,05	Valid
No.4	0,734	0,000 < 0,05	Valid
No.5	0,673	0,000 < 0,05	Valid
No.6	0,473	0,010 < 0,05	Valid

Dari tabel di atas hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat kolom nilai kolerasi yang artinya nilai kolerasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 6 (enam) butir pertanyaan pada variabel Perilaku Konsumtif dapat dinyatakan valid (sah) karena nilai Sig (2-tailed) < 0,05.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Jadi suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dicoba kepada subjek yang sama secara berulang-ulang namun hasilnya tetap sama atau relatif sama.

**Tabel 4.6**

#### Hasil Uji Reliabilitas<sup>53</sup>

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Status
Pemahaman Ekonomi Islam	0,731	5	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,734	6	Reliabel

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebesar: > 0,6 atau 60%. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan dari masing-masing variabel yang diteliti dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel > 0,6 atau 60%.

<sup>53</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

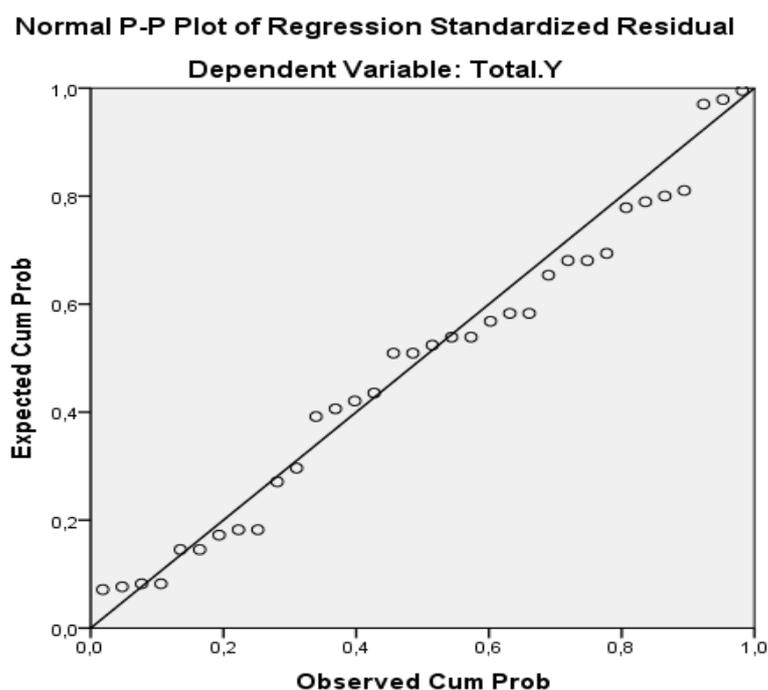
## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak.

Berikut ini merupakan beberapa pengujian asumsi klasik yaitu:

### Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya.



**Gambar 4.1 Grafik P-P Plot<sup>54</sup>**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel Perilaku Konsumtif dan variabel

<sup>54</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

Pemahaman Ekonomi Islam memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi yang variabel bebasnya (variabel X) berpangkat paling tinggi satu. Tujuan dari penggunaan regresi linier sederhana ini adalah untuk memprediksikan nilai dari satu variabel dalam hubungannya dengan variabel lain yang diketahui melalui persamaan garis regresinya. Untuk regresi linier sederhana yaitu regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel (variabel X dan variabel Y), persamaan garis regresinya dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana<sup>55</sup>**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,943	4,603		2,595	,014
	Total.X	-,100	,208	-,085	-,482	,633

a. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai constant (a) sebesar 11,943 sedangkan nilai Pemahaman Ekonomi Islam (b/ koefisien regresi) sebesar -0,100 sehingga persamaan regresinya :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,943 + (-0,100X)$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

<sup>55</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

a = Konstanta

bX= Variabel bebas

Berdasarkan persamaan diatas dianalisis pengaruh dari variabel Pemahaman Ekonomi Islam terhadap variabel Perilaku Konsumtif. Maka Perilaku Konsumtif berpengaruh sebesar 11,943

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t Hitung (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel Pemahaman Ekonomi Islam (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji t sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji T Hitung (Uji Parsial)<sup>56</sup>**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,943	4,603		2,595	,014
	Total.X	-,100	,208	-,085	-,482	,633

a. Dependent Variable: Total.Y

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan nilai t, untuk n = 43, variabel bebas  $43-1 = 42$  adalah 1,692

Tabel diatas menunjukkan hasil parsialnya adalah nilai  $T_{hitung}$  Pemahaman Ekonomi Islam = -0,482 maka diperoleh  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $-0,482 < 1,692$ , nilai signifikan  $0.633 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti bahwa

<sup>56</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

variabel Pemahaman Ekonomi Islam (X) tidak terdapat pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

#### b. Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika  $r^2 = 1$  akan mempunyai arti bahwa model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Jika  $r^2 = 0$  akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara variabel Pemahaman Ekonomi Islam (X) dengan variabel Perilaku konsumtif Y. Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi<sup>57</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,085 <sup>a</sup>	,007	-,024	2,68643

a. Predictors: (Constant), Total.X

b. Dependent Variable: Total.Y

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil nilai R-Square sebesar 0,007 hal ini berarti 0,7% varian nilai Perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh peran variasi Pemahaman Ekonomi Islam. Sisanya 99,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

<sup>57</sup> Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

### **E. Interpretasi Hasil Analisis Data (Pembahasan)**

#### **Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam(X) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

Penerapan akan strategi Pemahaman Ekonomi Islam sangatlah diperlukan bagi Mahasiswa agar Mahasiswa paham bagaimana menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan perekonomian. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t$  hitung  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $-0,482 < 1,692$ , nilai signifikan  $0.633 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti bahwa variabel Pemahaman Ekonomi Islam (x) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Artinya Pemahaman Ekonomi Islam tidak mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, karena dengan adanya Pemahaman Ekonomi Islam dalam diri Mahasiswa tidak akan mempengaruhi Mahasiswa dalam membeli produk yang diinginkannya. Hasil penelitian yang penulis sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniasih dengan judul “Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Manajemen Keuangan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Angkatan 2015)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pemahaman Ekonomi Syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (Pemahaman Ekonomi Islam) terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $-0,482 < 1,692$ , nilai signifikan  $0.633 > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti bahwa variabel Pemahaman Ekonomi Islam (x) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

##### **1. Bagi Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah**

- a. Diharapkan Mahasiswa/i dapat memahami dan menerapkan perilaku konsumtif sesuai dengan ekonomi Islam.
- b. Diharapkan Mahasiswa/i dapat memiliki perencanaan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi.
- c. Diharapkan Mahasiswa/i dapat mengelola manajemen keuangan dengan bijak.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk penelitian selanjutnya di harapkan untuk lebih memperluas penelitian yang belum dimasukkan dalam penelitian ini, karena kemungkinan masih banyak lagi hal-hal yang berpengaruh terhadap Pemahaman Ekonomi Islam. Selain itu penelitian berikutnya juga dapat memperluas bahasan dengan faktor lain yang dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif agar penelitian menjadi akurat. Sebaiknya objek penelitian ditambah sehingga hasil penelitian menjadi signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acocella, J. R. ,& Calhoun, J. F. *Psikologi Tentang Penyesiauan dan Hubungan Kemanusiaan (Alih Bahasa: Satmoko, R.S)*. Semarang: IKIP Press. 1990.
- Ahmad Dimiyati, *Islam Dan Koperasi: Telah Peran Serta Umat Islam Dalam Pengembangan Koperasi*. Jakarta: Koperasi Jasa Informasi. 1989.
- Ahsan Lodeng. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam*. Lampung. 2018.
- Ancok, D. *Nuansa Psikologis Pembangunan*. Yogyakarta: Insan Kamil, Pustaka Pelajar. 1995.
- Aprida Kurnisasi. *Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Manajemen Keuangan (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015)*. Metro Lampung. 2020.
- Assael. *Consumer Behavior and Marketing Action 6<sup>th</sup> Edition*. New York: South Western College Publishing. 1998.
- Basu Swasta dan Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran: Analisis Konsumen*. Liberty: Yogyakarta. 1987.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM. 2000.
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard. *Perilaku Konsumen*. Jakarta.Bina Rupa Aksara. 1995.
- Eni Lestarina, Hasnah Karimah. dkk. *Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja*. JRTI. 2017.
- Ghufron, Nur & Rini Risnawati. *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media. 2011.
- Howard, John A, and Sheth, Jagdish N. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Irwin Mc Graw Hill. 1998.
- Hurlock, B. Elizabeth. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga. 2006.
- Hurlock, E.B. *Psikologis Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayati & Soedjaro. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga. 1999.

- Ibnu Hajar. *Dasar-dasar metodologi penelitian kuantitatif dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada. 1999.
- Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti. *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jakarta. 2013.
- J. Supranto. *Statistik teori dan aplikasi*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Kartono, Kartini. *Peran Keluarga Memandu Anak*. Jakarta: CV. Rajawali. 2006.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Lembang Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1993.
- Krishnan, J and Murugan. S. *Lifestyle Analysis- A Tool For Understanding Buyer Behavior*. *AIMA Journal Of Management & Research*. Vol. 1 Issue 1. 2007.
- Lina & Rosyid, H.F. *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control pada Remaja Putra*. *Jurnal Psikologika*. 1997.
- Noryadi,E. *Faktor Eksternal dan Faktor Internal yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Pada Perumahan Delta Sari Baru, Waru Sidoarjo)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya. 2000.
- Prayogo, U. *Pertimbangan Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Pembelian Mobil Niaga (Studi Kasus Pada Mobil Isuzu Panther)*. Tesis.Malang: Universitas Brawijaya. 1997.
- Priyatno. *Gaya Hidup Dalam Pembelian Rumah (Analisi Faktor-faktor Gaya Hidup Keluarga Baru dalam Pembelian Rumah di Surabaya)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya. 1998.
- Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna. *Kontrol Diri : Definisi dan Faktor*.Tasikmalaya. 2019.
- Ranti Tri Anggraini, Fuzan Heru Santhoso. *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Prilaku Konsumtif pada Remaja*. Yogyakarta. 2017.
- Salama, A.M. *A Lifestyle Theories Approach for Affordable Housing Research in Saudi Arabia*. *Emirates Journal for Engineering Research*. Vol 11. No (1). 2006.
- Santoso. *Pengantar Hukum Pajak*. Bandung: Refika Aditama. 1998.

- Solomon. *Consumer Behaviour 3<sup>rd</sup> edition*. Prentice Hall, EnglewoodCliffs. New Jersey. 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. 2016.
- Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan ( Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta. 2002.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia. 2003.
- Susanti, E.D. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah (Studi Pada Proyek Perumahan Griyo Mapan Santosa, Surabaya)*. Tesis. Malang: Universitas Brawijaya. 1997.
- Suyasa, P & Fransisca. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Phronesis. Vol.7, No.2. 2005.
- Tangney, J.P., Baumeister, R, F., Boone, F.L. *High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Succses*. Journal Of Personality. Vol 72. No (2). 2004.
- UMSU. Sejarah. <http://www.umsu.ac.id/sejarah/>. Diakses pada 2 November 2020
- Walker, J.L. and J. Li. 2006. *Latent Lifestyle Preferences and Household Location Decisions*. Forthcoming in Geographical Systems. 2006.

## **Lampiran 1. Angket**

Kepada Yang Terhormat  
Bapak/Ibu/saudara/i  
responden di Medan

Saya adalah salah seorang mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Medan.

Sehubungan dengan penelitian yang tengah Saya lakukan sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi, Saya memohon Saudara/i dapat meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban jujur yang Saudara/i berikan akan berguna bagi penelitian yang sedang dilakukan. Atas bantuan dan perhatian Saudara/i yang telah berkenan mengisi kuesioner ini

Dengan kuisisioner ini saya menggunakan skala likert yang beberapa poin dalam pemilihan yaitu

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Demikianlah permohonan ini saya perbuat. Saya mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan teman-teman Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sumateta Utara Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Salam hormat saya  
Hafizt Aulia Kadri

### **IDENTITAS RESPONDEN**

1. Jenis Kelamin : a. Perempuan  
b. Laki-laki

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	KTS
		5	4	3	2	1
1	Saya mampu mengelola keuangan untuk bisnis yang lebih berguna dengan mengikuti syariat islam di bandingkan untuk menghabiskan uang untuk hal yang tidak berguna.					
2	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik					
3	Saya hobi mengoleksi tas keluaran terbaru					
4	Lebih baik saya menabung dari pada menghabiskan uang hanya untuk berfoya-foya.					
5	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu					
6	Saya mempertimbangkan dengan matang bila ingin membeli suatu barang yang menurut saya tidak berguna.					
7	Saya hobi mengoleksi sepatu dengan model yang berbeda					
8	Saya senang pergi dengan teman kuliah saya hanya untuk menghabiskan waktu					
9	Saya hobi perawatan ke salon					
10	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja					
11	Saya mudah terpengaruh oleh hal-hal yang sifat nya menyenangkan					
12	Saya lebih mementingkan skincare dari pada harus membeli buku yang menurut Saya kurang penting					
13	Saya tidak terpengaruh dengan <i>trend</i> dari zaman ke zaman, karena hal itu bisa membuat saya menjadi orang yang boros.					

14	Ketika ada pakaian yang diskon di Mall saya langsung membelinya tanpa pikir panjang					
15	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata					
16	Saya lebih mementingkan bersedekah dan beramal dari pada saya menghamburkan uang untuk hal yang menurut saya kurang berguna.					
17	Apa yang saya inginkan harus segera terpenuhi					
18	Saya senantiasa mengikuti perkembangan mode saat ini					
19	Menurut saya dengan mengikuti acara <i>party</i> bersama teman-teman saya, itu adalah hal yang tidak dibenarkan oleh islam.					
20	Saya tertarik menggunakan produk pelangsing tubuh untuk menjaga penampilan tubuh saya					
21	Saya bangga jika barang-barang saya dipuji oleh teman-teman saya					
22	Saya malu jika baju yang saya pakai terlihat pasaran					
23	Saya bisa menahan hawa nafsu saya untuk membeli barang yang tidak berguna, dikarenakan hal itu hanya membuat saya menyesal.					
24	Saya mengisi waktu luang saya dengan nongkrong bersama teman					
25	Dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan uang					

## Lampiran 2. Hasil pengujian SPSS

### Correlations

		x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	Total.X
x.1	Pearson Correlation	1	,543**	,350*	,485**	,167	,656**
	Sig. (2-tailed)		,001	,043	,004	,345	,000
	N	43	43	43	43	43	43
x.2	Pearson Correlation	,543**	1	,403*	,379*	,288	,706**
	Sig. (2-tailed)	,001		,018	,027	,099	,000
	N	43	43	43	43	43	43
x.3	Pearson Correlation	,350*	,403*	1	,677**	,341*	,745**
	Sig. (2-tailed)	,043	,018		,000	,048	,000
	N	43	43	43	43	43	43
x.4	Pearson Correlation	,485**	,379*	,677**	1	,310	,777**
	Sig. (2-tailed)	,004	,027	,000		,074	,000
	N	43	43	43	43	43	43
x.5	Pearson Correlation	,167	,288	,341*	,310	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,345	,099	,048	,074		,000
	N	43	43	43	43	43	43
Total.X	Pearson Correlation	,656**	,706**	,745**	,777**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	43	43	43	43	43	43

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

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

### Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	Total.Y
y.1	Pearson Correlation	1	,085	,980**	,148	,085	,080	,728**
	Sig. (2-tailed)		,633	,000	,405	,633	,652	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43
y.2	Pearson Correlation	,085	1	,051	,904**	,809**	,361*	,694**
	Sig. (2-tailed)	,633		,775	,000	,000	,036	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43
y.3	Pearson Correlation	,980**	,051	1	,113	,051	,057	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	,775		,525	,775	,751	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43
y.4	Pearson Correlation	,148	,904**	,113	1	,904**	,262	,734**
	Sig. (2-tailed)	,405	,000	,525		,000	,135	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43

y.5	Pearson Correlation	,085	,809**	,051	,904**	1	,262	,673**
	Sig. (2-tailed)	,633	,000	,775	,000		,135	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43
y.6	Pearson Correlation	,080	,361*	,057	,262	,262	1	,437**
	Sig. (2-tailed)	,652	,036	,751	,135	,135		,010
	N	43	43	43	43	43	43	43
Total .Y	Pearson Correlation	,728**	,694**	,701**	,734**	,673**	,437**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,010	
	N	43	43	43	43	43	43	43

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	5

Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	6

Sumber : Diolah dari SPSS 22.0

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,085 <sup>a</sup>	,007	-,024	2,68643

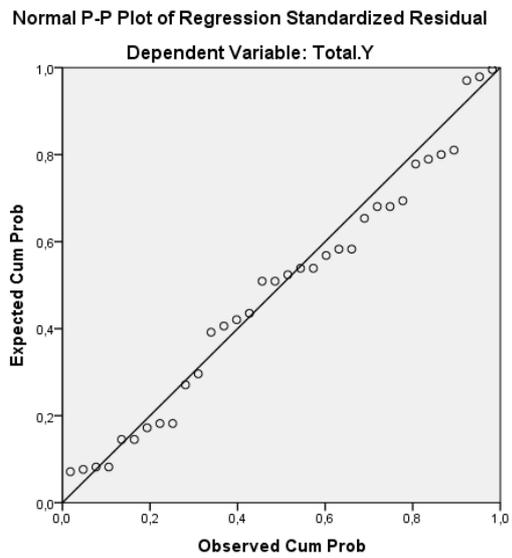
a. Predictors: (Constant), Total.X

b. Dependent Variable: Total.Y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,943	4,603		2,595	,014
	Total.X	-,100	,208	-,085	-,482	,633

a. Dependent Variable: Total.Y



Jenis\_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	11	17,6	17,6	17,6
	Perempuan	32	82,4	82,4	100,0
Total		43	100,0	100,0	

x.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	26	60,5	60,5	60,5
	5,00	17	39,5	39,5	100,0
Total		43	100,0	100,0	

x.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	9,3	9,3	9,3
	4,00	26	60,5	60,5	69,8
	5,00	13	30,2	30,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**x.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	2,3	2,3	2,3
	4,00	11	25,6	25,6	27,9
	5,00	31	72,1	72,1	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**x.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,3	2,3	2,3
	4,00	24	55,8	55,8	58,1
	5,00	18	41,9	41,9	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**x.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	4,7	4,7	4,7
	3,00	5	11,6	11,6	16,3
	4,00	19	44,2	44,2	60,5
	5,00	17	39,5	39,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	15	34,9	34,9	34,9
	2,00	18	41,9	41,9	76,7
	3,00	9	20,9	20,9	97,7
	4,00	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	24	55,8	55,8	55,8
	2,00	17	39,5	39,5	95,3
	3,00	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	17	39,5	39,5	39,5
	2,00	16	37,2	37,2	76,7
	3,00	9	20,9	20,9	97,7
	4,00	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	23	53,5	53,5	53,5
	2,00	18	41,9	41,9	95,3
	3,00	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	23	53,5	53,5	53,5
	2,00	18	41,9	41,9	95,3
	3,00	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

**y.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	18	41,9	41,9	41,9
	2,00	24	55,8	55,8	97,7
	3,00	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	



Unggul, Berprestasi & Berkeadilan  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Pada hari ini Rabu, Tanggal 07 Oktober 2020 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Hafizt Aulia Kadri  
Npm : 1601280034  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Proposal : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Study Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Perbaiki penulisan judul di Kata Pengantar
Bab I	Judulnya pengaruh pemahaman ekonomi islam, tapi dalam identifikasi masalah dan latar belakang tidak membahas pemahaman ekonomi islam di kalangan mahasiswa mbs dan malah membahas perilaku remaja, tidak relevan.
Bab II	Belum ada chapter penelitian terdahulu yang menyertakan tabel intisari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.
Bab III	Sudah okey, tapi sebaiknya setiap mengutip sebuah teori sertakan sumbernya.
Lainnya	Font halaman belum sesuai panduan. Daftar Isi belum diurut sesuai alfabet.
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 07 Oktober 2020

Tim Seminar

Ketua

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Sekretaris

Khairunnisa, SE.I, M.M

Pembimbing

(Drs. Sarwo Edi, MA)

Pembahas

( Khairunnisa, SE.I, M.M)



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dalam semua surat resmi agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir .Bank SyariahMandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, BankSumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Hafizt Aulia Kadri  
NPM : 1601280034  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku  
Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis  
Syariah Semester VI Fakultas Agama Islam Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
17-9-2020	Judul di perbaiki		
18-9-2020	Review Pahami Catatan Kerpi		
19-9-2020	Metode di perbaiki Waktu dan Populasi di perbaiki		
19-9-2020	Buat Hipotesis		

Medan, 18 September 2020

Diketahui/Ditetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Ditetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Wala menyawal karat an agar diawatkan  
Nomer dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptan Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Hafizt Aulia Kadri  
Npm : 1601280034  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA  
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Semester VI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24-9-2020	Buat Dof lar / Si	[Signature]	
24-9-2020	Buat Kata pengantar	[Signature]	
24-9-2020	Buat Dof lar Pustaka	[Signature]	
25-9-2020	ACC.	[Signature]	

Medan, 25 September 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hafizt Aulia Kadri

Tempat Tanggal Lahir : PERK. TANJUNG KASAU, 14 Desember 1998

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Nomor Telp/Hp : 085269591216

Email : [hafizt.chaniago@gmail.com](mailto:hafizt.chaniago@gmail.com)

Nama Orangtua : Ayah : Masrel  
Ibu : Suarni

Pendidikan Formal

Tahun 2003-2009 : SD Negeri 010224 Perkebunan Tanjung Kasau

Tahun 2009-2012 : SMPN 1 Air Putih Indrapura

Tahun 2012-2015 : SMAN 1 Air Putih Indrapura

Tahun 2016-Sekarang : Mahasiswa S1 Manajemen Bisnis Syariah  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara