

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA IAIN MANADO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh
Deananda Cahyani Maliki
NIM. 19.4.1.126

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**

1444 H/2023 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Deananda Cahyani Maliki
Nim : 1941126
Program : Sarjana (Strata Satu)
Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 26 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Deananda Cahyani Maliki

NIM 19.4.1.126

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di
Manado,-

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Skripsi Saudara/i:

Nama : Deananda Cahyani Maliki
NIM : 19.4.1.126
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Manado

Sudah dapat diajukan untuk ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Manado, 26 Juni 2023

Pembimbing I



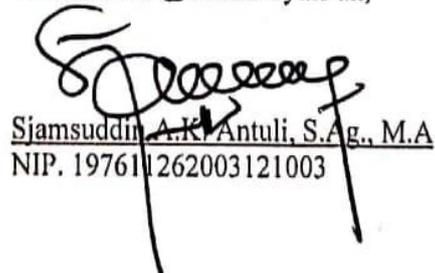
Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.
NIP. 197009061998032001

Pembimbing II



Chadijah Haris, M.M.
NIP. 198703112019032007

Mengetahui;
Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah,



Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag., M.A.
NIP. 197611262003121003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, **“PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA IAIN MANADO”** yang disusun oleh Deananda Cahyani Maliki, NIM : 19.4.1.126, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah di uji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari selasa, 18 Juli 2023 dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 31 Juli 2023

DEWAN PENGUJI :

Ketua	: Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Chadijah Haris, M.M	(.....)
Munaqisy I	: Sjamsuddin A.K. Antuli, M.A	(.....)
Munaqisy II	: Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Chadijah Haris, M.M	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si
NIP. 1970010119800132001

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan surat keputusan bersama menteri agama RI, dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988. Transliterasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

أحمدية : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

3. Ta' Marbutāh di Akhir Kata

a. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

4. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

5. Vokal Panjang

a. “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* (¯) di atasnya.

b. Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathhah* + *wawu* mati ditulis “au”.

6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘):

أنتم : *a’antum*

مؤنث : *mu’annas*

7. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-furqān*

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

9. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- a. Ditulis kata per kata atau:
b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islām*

تاج الشريعة : *Tāj asy-Syarī'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tasawwural-Islāmī*

10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah di-bakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Nama : Deananda Cahyani Maliki
NIM : 19.4.1.126
Judul : Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif
Mahasiswa IAIN Manado

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Manado. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 70 mahasiswa. Sumber data dalam penelitian ini yaitu berasal dari data primer berupa hasil observasi dan kuesioner dan dari data sekunder berupa buku, dokumen dan jurnal. Metode analisis data berupa uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil Penelitian menunjukkan pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 2,104 dan nilai signifikansi (Sig) $0,001 < 0,05$. Untuk pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 58,1%, sedangkan sisanya sebesar 41.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif.*

ABSTRACT

Name : Deananda Cahyani Maliki
SRN : 19.4.1.126
Title : The Influence of Lifestyle on Consumptive Behavior of IAIN
Manado students

This study aimed to determine the effect of lifestyle on consumptive behavior of IAIN Manado students. This study used a quantitative research method. The sample used was 70 students. The source of data was derived from primary data from observations and questionnaires. The secondary data was from books, documents and journal. The data was analyzed by test; classic assumption, and hypothesis test. The results showed the effect of Lifestyle on Student consumptive behavior has positive and significant effects on the coefficient value regression of 2.104 and a significance value (Sig) $0.001 < 0.05$. The influence of lifestyle on student consumptive behavior by 58.1%, yet the remaining 41.9% is influenced by other variables that are not observed in this study.

Keywords: *Lifestyle, Student, Consumptive Behavior.*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, serta kenikmatan berupa iman, kesehatan dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Manado” dapat terselesaikan. Sholawat beserta salam penulis kirimkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Shalallahu'alaihi wassalam*, yang telah menjadi sebaik-baiknya panutan dalam menjalani setiap aktivitas di dunia ini dengan membimbing kita dari jalan kebodohan menuju jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Penulis menyadari bahwa selama proses menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari kerja keras, bimbingan, do'a, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih khususnya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Mama Alm. Tity Thalib dan Papa Rival K. Maliki yang telah sangat berjasa bagi penulis, dalam mendidik, membesarkan dengan penuh kasih sayang, senantiasa memberikan do'a dan dukungan serta membiayai pendidikan dari awal hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Dengan penuh kerendahan hati penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta Wakil Rektor I Dr. Edi Gunawan, M.HI., Wakil Rektor II Dr. Hj. Salma, M.HI dan Wakil Rektor III Dr. Mastang A. Baba, M.Ag.
2. Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta Wakil Dekan I

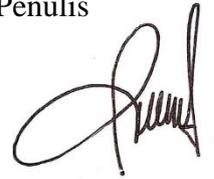
Dr. Ridwan Tabe, M.Si., Wakil Dekan II Dr. Nurlaila Harun, M.Si., Wakil Dekan III Dr. Syarifuddin, M.Ag.

3. Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., Ak., selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
4. Sjamsuddin A.K. Antuli, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado Periode 2019-2023 yang senantiasa memberikan arahan dan membantu permasalahan mahasiswa sejak semester awal hingga akhir masa jabatan.
5. Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Chadijah Haris, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan masukan serta arahan yang sangat membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Tim Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran demi sempurnanya skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, yang telah membagikan ilmu-nya untuk penulis selama masa perkuliahan.
8. Kakak Muh. Faldi Maliki dan Bunda tersayang Astuti Thalib yang senantiasa mendo'akan dan membantu memfasilitasi kebutuhan penulis selama masa perkuliahan.
9. Sahabat seperjuangan Gita Talib, Asri Sarwindah Sari, Monika Nurdin, Nur Ida Samiun dan teman-teman kelas Ekonomi Syariah D Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama sampai sekarang. Terkhusus sahabat seperjuangan Siti Nurhaliza Suma yang selalu berusaha ada untuk penulis dan senantiasa memberikan dukungan serta do'a.
10. Kepada seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019, khususnya teman-teman yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Teruntuk semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT, memberikan balasan

kebaikan kepada semuanya. Semoga hasil karya yang sederhana ini bisa bermanfaat untuk kita semua.

Manado, 26 Juni 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'D' followed by several loops and a vertical stroke ending in a dot.

Deananda Cahyani Maliki

NIM. 19.4.1.126

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
TRANSLITERASI.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	6
G. Definisi Operasional.....	7
H. Penelitian Terdahulu.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Gaya Hidup.....	11
2. Perilaku Konsumtif.....	16
3. Mahasiswa	20
4. Kebutuhan dan Keinginan	21
5. Tinjauan Ekonomi Islam.....	26
B. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian	33
B. Rancangan Penelitian	33

C.	Populasi dan Sampel	33
D.	Data dan Instrumen	35
E.	Teknik Pengumpulan Data	37
F.	Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B.	Hasil Penelitian.....	48
C.	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....		67
A.	Kesimpulan.....	67
B.	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa FEBI Angkatan 2019	34
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian	36
Tabel 3. 3 Pernyataan Kuesioner Variabel X.....	38
Tabel 3. 4 Pernyataan Kuesioner Variabel Y	39
Tabel 4. 1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Umur.....	49
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi..	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Independen X (Gaya Hidup)	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen Y.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen X (Gaya Hidup)	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen Y (Perilaku Konsumtif).....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas konsumsi sejatinya tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. Dalam setiap kegiatan konsumsi tentunya didasari oleh faktor kebutuhan maupun keinginan seseorang. Pada dasarnya kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi manusia dalam menunjang kelangsungan hidupnya. Sedangkan keinginan berkaitan dengan hasrat atau harapan untuk meningkatkan kesempurnaan. Kemudian berdasarkan pada pola konsumsi yang diterapkan tiap individu menjadi gaya hidup mereka.¹

Gaya hidup atau *lifestyle* didefinisikan sebagai pola hidup seseorang dalam menghabiskan waktunya (aktivitas), ketertarikan akan hal-hal tertentu (minat), dan pandangan terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar. Definisi gaya hidup yang dikemukakan oleh Solomon dalam Dewi, merupakan pola konsumsi yang kemudian merefleksikan pilihan hidup individu tersebut dalam menggunakan waktu dan uang yang dimiliki, serta bagaimana sikap dan value yang dimiliki dalam menentukan pilihan tersebut.² Sependapat dengan Solomon, Kasali dalam Andrian mendefinisikan gaya hidup sebagai pola perilaku seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki. Lebih lanjut dia mengemukakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku individu yang kemudian dapat menentukan pilihan konsumsi individu tersebut.³

Gaya hidup tiap individu tentunya berbeda antara satu sama lain dan mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman. Seseorang umumnya akan mempertimbangkan barang apa yang akan dikonsumsi dan disesuaikan dengan gaya hidup yang diterapkan atau yang ingin diikuti. Di era modern, gaya

¹ Normiasari Fitri, 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019).

² Wayan Weda Asmara Dewi and others, *Teori Perilaku Konsumen* (Malang: Universitas Brawijaya, 2022).

³ Andrian and others, *Perilaku Konsumen*, ed. by Iye Risman and Widayawaty Eka Deviani (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022).

hidup menjadi sebuah upaya untuk membangun citra diri dalam menunjukkan eksistensi diri di mata orang lain. Hal inilah yang memicu hadirnya perilaku mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan dalam diri seseorang.⁴

Sikap atau perilaku mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan disebut dengan perilaku konsumtif. Sumartono dalam Indah dan Ritia, mendefinisikan gaya hidup sebagai pola perilaku dalam mengonsumsi barang dan jasa yang bukan didasari oleh faktor kebutuhan serta tanpa pertimbangan yang rasional.⁵ Suyasa dan Fransisca dalam Lestarina, juga mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku atau tindakan dalam membeli barang secara berlebihan dan bukan atas dasar untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan semata. Sikap atau perilaku seperti ini timbul karena konsumtif itu sendiri telah menjadi bagian dari gaya hidup yang dijalani.⁶

Perilaku konsumtif sering kali ditemukan pada para remaja, tidak terkecuali mahasiswa. Tidak semua mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif, namun diusia mereka sangat rentan untuk terpengaruh akan dunia luar yang kekinian. Hal ini, disebabkan oleh karakter mahasiswa yang mudah terbujuk rayuan iklan dan boros dalam menggunakan uang serta mempunyai sifat atau perilaku untuk ikut-ikutan teman. Mereka ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan menunjukkan bahwa diri mereka mengikuti perkembangan mode yang terkini. Namun, sejatinya mode selalu berubah-ubah, hal inilah yang menyebabkan para remaja tidak selalu puas dengan apa yang sudah dimiliki. Mereka mengonsumsi barang dan jasa tanpa pertimbangan terlebih dahulu dan karena inilah perilaku konsumtif terus-menerus hadir dalam gaya hidup mereka.⁷

⁴ Dewi and others.

⁵ Laila Meiliyandrie Indah Wardani and Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, ed. by Nasrudian Moh. (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021).

⁶ Eni Lestarina and others, 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2.2 (2017), 1–6 <<https://doi.org/10.29210/3003210000>>.

⁷ Hanifah Fitria Ulfa, 'Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo', in *Ekonomi Dan Bisnis* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), p. 124.

Ajaran agama Islam segala sesuatu telah diatur, termasuk kegiatan konsumsi. Islam mengajarkan untuk senantiasa mengonsumsi sesuatu yang pasti memberikan manfaat dan maslahat serta jauh dari kesia-siaan. Karena perbuatan menyisakan suatu hal termasuk dalam kemubaziran, dan hal seperti ini dilarang dalam Islam.⁸ Islam mengajarkan untuk tidak membelanjakan harta secara berlebih-lebihan, dan bagi orang-orang yang memiliki kekayaan yang berlimpah diwajibkan untuk menafkahkan hartanya dan menyalurkan sebagian harta kekayaannya kepada orang-orang yang membutuhkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-Isra' ayat 26-27:⁹

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْدِيرًا ۖ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Terjemahnya:

26. Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.¹⁰

Ayat ke-26 menjelaskan tentang perintah untuk menjalin silaturahmi dan berbagi rejeki kepada keluarga dan saudara dekat sebagai perbuatan kebajikan. Serta pada orang-orang miskin yang membutuhkan dan musafir yang tidak memiliki harta dalam bentuk zakat dan sedekah. Selain itu, dalam ayat tersebut melarang perbuatan menghambur-hamburkan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang tidak mendatangkan maslahat.¹¹ Dalam ayat ke-27 menerangkan bahwa

⁸ Rachma Dewi Alifiyah, 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswa' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017).

⁹ Ivonne Ayesha and others, *Ekonomi Mikro Islam*, ed. by Ari Yanto and Diana Purnama (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022).

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lautan Lestari, 2010).

¹¹ Muhammad Quraish Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17): 26', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-israa/17-26/>> [accessed 7 January 2023].

orang-orang yang menghambur-hamburkan harta dengan berlebihan (boros) merupakan saudara setan. Merekalah yang terpedaya oleh godaan setan agar terjerumus kedalam perbuatan kerusakan yakni membelanjakan harta secara tidak benar.¹²

Gaya hidup mahasiswa yang diharapkan yaitu sekelompok pemuda-pemudi yang menghabiskan waktunya untuk belajar menambah ilmu pengetahuan baru, mengasah keterampilan dan keahlian baru serta berbagai kegiatan positif lainnya, seperti berperan aktif dalam kelas, organisasi, serta aktivitas kampus lainnya. Mahasiswa juga diharapkan untuk bisa berpikir dengan rasional terkait segala perkembangan yang ada, agar tidak mudah terpengaruh dengan hal-hal yang tidak bermanfaat dan tetap fokus dengan perkuliahan yang dijalani.¹³

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, dikarenakan keterbatasan waktu dan juga didasari oleh hasil observasi awal yang telah dilakukan dengan melakukan pengamatan dan mewawancarai beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menunjukkan bahwa mereka lebih mementingkan penampilan luar, eksistensi diri, dan cara agar supaya mereka tetap bisa mengikuti perkembangan mode terkini serta melakukan hal-hal yang disenangi (seperti nongkrong di kafe atau jalan-jalan). Kebiasaan seperti ini membuat mereka bersikap tidak rasional, artinya tidak mampu menyikapi perkembangan yang ada. Mereka tidak lagi berorientasi untuk masa depan, tapi justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani saat ini.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Shintya Novita Sari pada tahun 2021 yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas

¹² Muhammad Quraish Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17): 27', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-israa/17-27/>> [accessed 7 January 2023].

¹³ Nurul Wahidah, Herkulana, and Achmadi, 'Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3.6 (2014), 1–12.

Tarbiyah Prodi Pendidikan Ekonomi di UIN SUSKA Riau.¹⁴ Penelitian lainnya dilakukan oleh Noor Fatmawati pada tahun 2020 dengan judul *Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*, dan dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dengan hadirnya *online shop* merubah gaya hidup mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif.¹⁵ Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar bisa lebih bijak sebagai pelaku ekonomi supaya bisa lebih mengutamakan kebutuhan sebagai prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka judul dari penelitian ini, yaitu: **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Manado”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka identifikasi masalah yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa lebih mementingkan penampilan luar, sehingga dapat memicu hadirnya perilaku mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.
2. Mahasiswa ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan menunjukkan bahwa diri mereka mengikuti perkembangan mode yang terkini, sehingga mereka tidak puas dengan apa yang sudah dimiliki.
3. Mahasiswa lebih banyak melakukan hal-hal yang disenangi, seperti jalan-jalan di pusat perbelanjaan atau nongkrong di kafe bersama teman-teman.

¹⁴ Shintya Novita Sari, ‘Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.’, 26.2 (2021) <<http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>>.

¹⁵ Noor Fatmawati, ‘Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop’, *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29.1 (2020), 29–38 <<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>>.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya untuk Mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Manado?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Manado.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menambah wawasan keilmuan terkait gaya hidup dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
 - b. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Mahasiswa/Peneliti

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar bisa lebih bijak sebagai pelaku ekonomi dalam setiap pengambilan keputusan.
 - b. Bagi Dosen

Diharapkan untuk dapat memberikan dorongan berupa motivasi kepada mahasiswa dalam bertindak dan mengambil keputusan.
 - c. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai informasi sekaligus dapat dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan bagi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

G. Definisi Operasional

1. Variabel X : Gaya Hidup

Definisi gaya hidup dalam penelitian ini merupakan pola perilaku seseorang dalam hidup, yang ditunjukkan dalam aktivitas/kegiatan yang dilakukan, minat atau ketertarikan akan suatu hal dan pandangan atas diri sendiri dan lingkungan sekitar, serta pola perilaku mereka dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu aktivitas (*activities*) yang dilakukan, minat (*interest*) atau ketertarikan akan sesuatu dan opini (*opinion*) terhadap berbagai hal.

2. Variabel Y : Perilaku Konsumtif

Definisi perilaku konsumtif dalam penelitian ini merupakan tindakan mengonsumsi barang dan jasa secara berlebih-lebihan. Perilaku seperti ini merupakan perilaku yang lebih memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan yang didasari oleh hasrat atau hawa nafsu demi memenuhi kesenangan semata sehingga menimbulkan perilaku pemborosan dalam diri seseorang.

Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu membeli produk karena adanya penawaran khusus, membeli produk karena penampilan yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan dan adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.

H. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shintya Novita Sari pada tahun 2021 dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas

Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti terkait variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian sebelumnya menggunakan metode korelasional, yang mana penelitian tersebut dilakukan untuk menyelidiki ada tidaknya hubungan antara variabel yang diteliti. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif, yaitu mencari hubungan sebab-akibat terkait variabel yang diteliti. Dan hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di fakultas tarbiyah prodi Pendidikan ekonomi di UIN SUSKA Riau.¹⁶

2. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Muh. Ibnu Iqbal pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas terkait perilaku konsumtif pada mahasiswa serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada variabel independen (X) yang diteliti. Dalam penelitian sebelumnya menggunakan literasi keuangan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan gaya hidup sebagai variabel independen (X). Hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁷
3. Penelitian sebelumnya juga telah dilakukan oleh Nilla Evangelistha Ndaru Lindratno dan Muhammad Anasrullah pada tahun 2022 yang berjudul

¹⁶ Sari.

¹⁷ Muh.Ibnu Iqbal, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado, {Iqbal2020Pengaruh, 2020, 1.*

Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih *Coffee House*). Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada jenis metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu pada subjek penelitian atau informan penelitian. Dalam penelitian sebelumnya subjek penelitiannya adalah masyarakat Tulungagung khususnya *customer* rumah putih *coffee house*. Sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Dan hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebesar 65,8% gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.¹⁸

4. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Berliana Vebiyanti dan Dwi Prastiyo Hadi pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Dan *Online Shop* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada teknik pengambilan sampel yang digunakan serta teknik analisis regresi yang dilakukan. Dalam penelitian sebelumnya teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampel jenuh dan analisis regresi yang dilakukan adalah analisis regresi *linear* berganda. Sedangkan dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* dan analisis regresi yang dilakukan adalah analisis regresi *linear* sederhana. Hasil penelitian sebelumnya

¹⁸ Nilla Evangelistha Ndaru Lindratno and Muhammad Anasrulloh, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House)', *Jurnal Economina*, 1.2 (2022), 272–84 <<https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.43>>.

menunjukkan bahwa gaya hidup dan *online shop* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁹

5. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Muhamad Nur Fani Abdullah dan Imam Sukwatus Suja'i pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama sama meneliti terkait variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada analisis regresi yang dilakukan. Dalam penelitian sebelumnya menggunakan analisis regresi *linear* berganda, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi *linear* sederhana. Hasil yang didapatkan dari penelitian sebelumnya yakni adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI.²⁰

¹⁹ Berliana Vebiyanti and Dwi Prastiyo Hadi, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang', *Jurnal Spirit Edukasia*, 02.01 (2022), 121–28.

²⁰ Muhamad Nur Fani Abdullah and Imam Sukwatus Suja'i, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif', *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 8.2 (2022) <<https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>>.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler dalam Humris menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola perilaku seseorang dalam kehidupannya sehari-hari yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini, khususnya yang berkaitan dengan citra diri.²¹ Dari sisi ekonomi, gaya hidup merupakan perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu yang dimiliki.²²

Gaya hidup pada umumnya dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman atau sesuai dengan kehendak seseorang dalam mengubah gaya hidupnya. Kasali dalam Andrian, mengemukakan gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang kemudian dapat menentukan pilihan konsumsi orang tersebut. Sejalan dengan Kasali, Solomon dalam Andrian juga menegaskan bahwa gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan hidup dari orang tersebut. Gaya hidup dapat dilihat dari kebiasaan, cara berpakaian dan lain sebagainya.²³

b. Indikator Gaya Hidup

Untuk pengukuran gaya hidup dapat menggunakan pengukuran psikografik (*psychographic*). Psikografik ialah sebuah instrumen dalam mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran kuantitatif serta dapat digunakan untuk menganalisis data yang sangat besar. Kata *psychographic* sendiri berarti menggambarkan (*graph*) dan psikologi konsumen (*psyco*).

²¹ Razmy Humris, *Memahami Motif Dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang Dalam Bisnis Perbankan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014).

²² 'KBBI Daring' <[https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya hidup](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya%20hidup)> [accessed 6 January 2023].

²³ Andrian and others.

Pertanyaan/ Pernyataan yang biasanya digunakan dalam pengukuran psikografik mengungkapkan aktivitas, minat dan opini konsumen yang disebut dengan pengukuran AIO (*Activity, Interest dan Opinion*).²⁴

Menurut Schiffman & Wissenbilit dalam Dewi, pengukuran gaya hidup bisa dilihat dari dimensi gaya hidup, yaitu AIO yang merupakan singkatan dari aktivitas (*Activities*), minat (*Interest*) dan opini (*Opinion*), berikut penjelasannya:

1) Aktivitas (*activities*)

Aktivitas yakni kegiatan apa saja yang dilakukan seseorang dalam menghabiskan waktunya yang bisa dilihat dari pekerjaan, hobi dan lain sebagainya.

2) Minat (*interest*)

Minat yakni ketertarikan seseorang akan sesuatu dan apa saja yang dianggap sebagai prioritas dalam hidup yang bisa dilihat pada minatnya terhadap keluarga, berpakaian dan lain sebagainya.

3) Opini (*opinion*)

Opini yakni pandangan seseorang terhadap suatu hal, baik tentang kehidupan mereka sendiri, pendidikan, ekonomi dan lain sebagainya.²⁵

c. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Amstrong dalam Sedarmayanti, menerangkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yakni faktor yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif serta persepsi dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*) meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan, berikut penjelasannya:

²⁴ Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran Dan Konsumen*, ed. by Baihaqi Hans and others (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018).

²⁵ Dewi and others.

1) Faktor internal

- a) Sikap, yaitu suatu keadaan jiwa dan keadaan berpikir dalam memberikan tanggapan akan suatu hal. Melalui sikap seseorang dapat memberikan respons yang positif atau negatif terhadap gaya.
- b) Pengalaman dan pengamatan, yakni pengalaman mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku seseorang. Pengalaman didapatkan dari tindakan di masa lalu yang kemudian membentuk pandangan terkait suatu objek.
- c) Kepribadian, yaitu konfigurasi karakteristik dan pola perilaku yang kemudian membedakan perilaku masing-masing individu.
- d) Konsep diri, yaitu bagaimana individu memandang dirinya. Hal ini dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu.
- e) Motif, yaitu ketika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar, maka dapat membentuk gaya hidup hedonis.
- f) Persepsi, yaitu proses seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi dengan membentuk gambaran terkait dunia.

2) Faktor eksternal

- a) Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.
- b) Keluarga, yaitu pemegang peran terbesar dalam membentuk sikap dan perilaku seseorang, karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
- c) Kelas sosial, yaitu sistem sosial dalam pembagian masyarakat yakni kedudukan dan peran yang kemudian dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan gaya hidup.

d) Kebudayaan, meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan lainnya yang diperoleh seseorang sebagai anggota masyarakat.²⁶

d. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Gaya hidup tiap individu tentunya berbeda-beda, berikut pengekompakan jenis-jenis gaya hidup:

1) *Funcionalist*

Funcionalist merupakan salah satu jenis gaya hidup yang penggunaan pendapatan untuk hal-hal yang penting, seperti kesehatan, pendidikan dan tempat tinggal yang sifatnya sewa. Gaya hidup seperti ini umumnya merupakan gaya hidup kuli bangunan, buruh pabrik dan pekerja kasar lainnya.

2) *Nurturers*

Gaya hidup *nurturers* merupakan jenis gaya hidup yang terjadi pada pasangan yang baru menikah, yang mana pendapatan yang dimiliki akan diprioritaskan untuk hal-hal yang dapat menunjang rumah tangga mereka agar lebih sejahtera, nyaman, tenteram dan damai.

3) *Aspirers*

Aspirers merupakan jenis gaya hidup golongan orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk kepentingan status sosial. Orang-orang seperti ini menyukai hal-hal yang mewah dan bermerek dan memiliki anggapan bahwa dengan memiliki barang-barang yang mewah dan bermerek maka relasi atau koneksi dalam hal pekerjaan akan datang menghampiri.

4) *Experientials*

Experientials merupakan jenis gaya hidup orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk hal-hal yang berkaitan dengan

²⁶ Sedarmayanti, Rusilowati Umi, and Sunarsi Denok, *Knowledge Management*, ed. by Dewi Maharani (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021).

kesenangan, seperti liburan, hobi, hiburan dan lain sebagainya. Gaya hidup seperti ini biasanya diterapkan oleh para pengusaha yang memiliki pendapatan yang tinggi.

5) *Succeeders*

Succeeders merupakan jenis gaya hidup yang pendapatannya dikeluarkan untuk meningkatkan usaha yang dimiliki. Orang-orang yang memiliki gaya hidup *succeeders* lebih banyak menghabiskan pendapatan mereka untuk urusan investasi jangka panjang dan tidak membelanjakan harta mereka pada hal-hal yang tidak diperlukan untuk sekedar memenuhi keinginan mereka semata. Gaya hidup *succeeders* dapat dijumpai pada para pengusaha besar dan sudah terkenal dimana-mana.

6) *Moral Majority*

Moral majority merupakan jenis gaya hidup golongan orang-orang yang menghabiskan pendapatannya untuk hal-hal yang berkaitan dengan urusan lembaga politik, lembaga agama dan organisasi-organisasi lain. Orang-orang seperti ini sering disebut dengan donator. Mereka memiliki anggapan bahwa dengan menjadi donator pendapatan mereka akan selalu bertambah dan tidak ada orang yang kemudian menjadi miskin setelah bersedekah.

7) *The Golden Years*

The Golden years memiliki arti tahun emas yang mana kejayaan didapatkannya. *Golden years* merupakan golongan orang-orang yang sudah pensiun dan memiliki pendapatan di usia senja serta tidak memiliki tanggungan. Mereka cenderung lebih suka menghabiskan pendapatannya untuk renovasi rumah.

8) *Sustainers*

Gaya hidup *sustainers* merupakan golongan orang tua yang telah pensiun dan hanya memiliki pendapatan dari pensiunan yang

dibelanjakan untuk kebutuhannya sehari-hari serta hal-hal yang tidak penting seperti alcohol, judi dan lain sebagainya.

9) *Subsisters*

Subsisters merupakan jenis gaya hidup bagi golongan orang-orang yang sudah sejahtera sejak mereka lahir hingga mati. Orang-orang seperti ini umumnya terlahir di keluarga kaya yang memiliki perusahaan yang akan diturunkan sesuai silsilah keluarga.²⁷

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Fromm dalam Ripki mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan mengonsumsi yang berlebihan dan boros, serta tidak memiliki skala prioritas, yang mana lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan sehingga bisa diartikan sebagai gaya hidup bermewah-mewahan. Lebih lanjut Fromm menegaskan bahwa perilaku atau tindakan dalam mengonsumsi sesuatu dengan berlebihan akan mengakibatkan *Consumption Hungry*. *Consumption Hungry* merupakan keinginan dalam mengonsumsi sesuatu dengan berlebihan untuk sekedar memenuhi rasa puas yang kemudian dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif.²⁸

Sumartono dalam Wardani juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan dalam membeli barang ataupun menggunakan suatu jasa tanpa pertimbangan rasional dan bukan atas dasar kebutuhan. Perilaku konsumtif timbul karena individu tidak lagi membeli/menggunakan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan, namun sekedar sebagai pemuas keinginan semata demi menjaga gengsi, mendapatkan pengakuan dari orang lain, mengikuti mode dan berbagai alasan lainnya.²⁹

²⁷ 'Pengertian Gaya Hidup, Jenis, Indikator, Dan Faktornya' <<https://dosensosiologi.com/gaya-hidup/>> [accessed 19 May 2023].

²⁸ Ahmad Jauhari Hamid Ripki, 'Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi Kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta', 2014.

²⁹ Wardani and Anggadita.

Menurut Peter dan Olson dalam Hasyim mengemukakan bahwa perilaku konsumen pada dasarnya mengacu pada aktivitas dan proses mengambil keputusan dalam membeli barang ataupun jasa yang akan dikonsumsi.³⁰ Teori lainnya juga dijelaskan oleh Kotler dan Keller dalam Lupiana yang menyatakan bahwa perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan studi yang mempelajari tentang bagaimana seseorang atau kelompok organisasi tertentu dalam memilih, membeli dan menggunakan serta menempatkan barang, jasa, ide ataupun pengalaman untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan mereka.³¹ Kotler dan Keller dalam Pamudyaningrum mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen seseorang yaitu sosial, budaya, psikologis dan pribadi. Faktor-faktor itulah yang dapat jadi penentu seseorang dalam melakukan pembelian.³²

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Adiputra dan Moningka, ada beberapa indikator perilaku konsumtif, diantaranya:

1. Membeli produk karena adanya penawaran khusus, yakni konsumen yang membeli sesuatu karena adanya penawaran khusus.
2. Membeli produk karena penampilan yang menarik, yakni konsumen tertarik untuk membeli sesuatu karena bentuk penampilan luarnya. Maksudnya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena penampilan produk tersebut menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, umumnya tiap individu mempunyai keinginan yang tinggi apalagi mahasiswa,

³⁰ Hasyim, 'Understanding the Consumer Behavior Theories', *Consumer Behavior*, Ebm 962, 2000, 0–24.

³¹ Feri Lupiana and Robby Andika Kusumajaya, 'E-Commerce Consumer Behavior and Shopping Culture During the Covid-19 Pandemic', *Manajemen*, 1.2 (2021), 198–203 <<https://doi.org/10.51903/imk.v1i2.102>>.

³² Retno Andri Pamudyaningrum, 'Pengaruh Inovasi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Fashion Berkelanjutan Di Era Society 5.0', 21.1 (2020), 1–8.

mereka gemar untuk mengoleksi pakaian, tas, sepatu dan aksesoris lainnya dengan tujuan agar mereka selalu berpenampilan menarik dan menjadi perhatian orang lain.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya, yakni individu yang dalam mengonsumsi sesuatu bukan karena manfaat atau kegunaan yang didapatkan melainkan atas pertimbangan harga murah yang ditawarkan.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, yakni individu yang memiliki kemampuan membeli yang tinggi baik dalam hal berpakaian, berdandan, dan lain sebagainya yang tentunya mahal dan eksklusif memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
6. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda, yakni konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda meskipun produk tersebut belum habis dipakainya. Alasannya karena, mereka suka membanding-bandingkan produk dengan merek yang berbeda hanya untuk mengetahui keunggulan dari masing-masing *brand*/merek.
7. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, yakni pada dasarnya konsumen suka meniru perilaku tokoh yang di idolakannya, seperti dalam menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya dan juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan atau di iklankan oleh orang yang di idolakan.
8. Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, yakni kondisi dimana konsumen menganggap dengan membeli/menggunakan produk

tertentu bisa mempercantik penampilan mereka dan menjadi lebih percaya diri.³³

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam diri seseorang yaitu:

- 1) Ingin tampil beda dari yang lain, yakni individu yang ingin memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh orang lain yang tentunya langka atau *limited edition* dan harganya pasti sangat mahal.
- 2) Adanya rasa bangga terhadap penampilan, yakni suatu kondisi dimana individu merasa bangga dan percaya diri karena memiliki barang-barang mewah dan selalu *update*/terbaru.
- 3) Ikut-ikutan, yakni sifat seseorang yang selalu ikut-ikutan orang lain sehingga apa pun itu akan dibeli.
- 4) Menarik perhatian orang lain, yakni individu yang ingin tampil menarik dan menjadi perhatian orang lain dengan berbagai cara, salah satunya dengan memiliki barang-barang yang sedang *trend*.³⁴

d. Dampak Perilaku Konsumtif

Adapun dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan oleh perilaku konsumtif, berikut penjelasannya:

- 1) Dampak positif
 - a) Terpenuhi segala kebutuhan, maksudnya dengan mengonsumsi barang dan jasa, otomatis tindakan tersebut memenuhi kebutuhan dari konsumen.
 - b) Menimbulkan rasa puas, yakni karena konsumen bisa mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

³³ Riyan Adiputra and Clara Moningga, 'Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal', *Psibernetika*, 5.2 (2012), 77–90.

³⁴ Chandra Kurniawan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa', *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13.4 (2017), 107–18 <<https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709>>.

- c) Merasakan kemudahan dan kenyamanan, contoh sederhanya ketika seseorang membeli kendaraan pribadi berupa mobil. Dengan adanya mobil tersebut, orang tersebut tidak perlu lagi menggunakan transportasi umum untuk berpergian.
- d) Menambah pengalaman, yakni karena orang yang memiliki perilaku konsumtif cenderung suka mengonsumsi barang dan jasa yang baru, sehingga menambah pengalaman mereka terhadap beberapa produk dan jasa tertentu.

2) Dampak negatif

Dampak negatif yang ditimbulkan akibat perilaku konsumtif yaitu seseorang akan memiliki sifat dan gaya hidup konsumerisme. Konsumerisme adalah sifat dan gaya hidup individu yang memiliki anggapan bahwa dengan memiliki barang dan jasa tertentu dapat membawa kesenangan, kebahagiaan dan harga diri. Akibat dari anggapan tersebut, maka seseorang akan terdorong untuk membeli dan mengonsumsi barang ataupun jasa yang sebenarnya bukan sesuatu yang dibutuhkan dalam hidupnya.³⁵

3. Mahasiswa

Menurut Siswoyo dalam Fransisca menjelaskan definisi dari mahasiswa yakni individu yang sedang dalam proses menuntut ilmu di perguruan tinggi, baik di perguruan tinggi negeri maupun di perguruan tinggi swasta ataupun di lembaga-lembaga yang memiliki tingkatan yang sama dengan perguruan tinggi. Kategori mahasiswa yaitu individu yang sedang berada pada masa remaja akhir hingga dewasa awal yakni berkisar 18-25 tahun. Persepsi terhadap mahasiswa yakni individu yang mempunyai tingkat intelektualitas yang tinggi melalui pola pikir yang

³⁵ Sri Pujiastuti, Haryo Tamtomo, and Suparno, *IPS TERPADU Untuk SMP Dan MTS Kelas VII : - Jilid 1B*, ed. by Ricky Genggor (Jakarta: Erlangga, 2006).

kritis, selalu bertindak cepat, dan memiliki perencanaan yang baik sebelum bertindak.³⁶

4. Kebutuhan dan Keinginan

a. Kebutuhan

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan tiap individu dalam menunjang kelangsungan hidupnya. Menurut Abraham Maslow dalam Fandy dan Anastasia, kebutuhan dasar manusia bersifat hirarkis, yaitu berdasarkan urutan kepentingan yang umumnya meliputi kebutuhan fisiologis (misalnya makanan dan minuman), kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial (seperti cinta kasih dan perasaan diterima) dan lain sebagainya.³⁷ Kebutuhan tiap individu tentunya berbeda-beda, berikut pengelompokan macam-macam kebutuhan manusia.

1) Kebutuhan berdasarkan kegunaan

a) Kebutuhan Primer

Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh tiap individu selama kelangsungan hidupnya. Dalam hidup seseorang tentunya harus makan, minum, berpakaian dan mempunyai tempat tinggal untuk beristirahat dan terlindungi dari udara dingin, teriknya panas matahari dan terlindungi dari hujan.

b) Kebutuhan Sekunder

Setelah terpenuhinya kebutuhan sekunder, maka seseorang hendaknya memenuhi kebutuhan sekunder yang merupakan sebagai kebutuhan pelengkap agar kehidupan menjadi lebih baik. Contoh kebutuhan sekunder yaitu tempat tidur, meja,

³⁶ Fransisca Iriani Roesmala Dewi, 'Intervensi Kemampuan Regulasi Diri - Google Books', Penerbit Andi, 2021, p. 121
<https://www.google.co.id/books/edition/Intervensi_Kemampuan_Regulasi_Diri/CfpJEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1> [accessed 18 May 2023].

³⁷ Tjiptono Fandy and Diana Anastasia, *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*, ed. by Anastasia Diana, 1st edn (Yogyakarta: ANDI, 2020).

kursi, buku, alat tulis, peralatan elektronik, seperti komputer, *handphone*, TV dan lain-lain.

c) **Kebutuhan Tersier**

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang muncul ketika kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder seseorang telah terpenuhi. Kebutuhan ini merupakan jenis kebutuhan yang berkaitan dengan kemewahan. Kemewahan inilah yang kemudian dapat membuat seseorang merasa lebih nyaman dan lebih puas. Contoh dari kebutuhan tersier dapat berupa barang-barang mewah seperti rumah mewah, mobil mewah dan lain sebagainya. Meskipun begitu perlu untuk di garis bawahi kemampuan ekonomi tiap individu berbeda-beda, kebutuhan tersier bagi seseorang bisa saja merupakan kebutuhan sekunder bagi orang lain. Semua hal itu tergantung pada pola hidup dan tingkat kesejahteraan masing-masing individu.

2) **Kebutuhan berdasarkan sifat**

Klasifikasi kebutuhan berdasarkan sifatnya terdiri atas kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani, berikut penjelasannya:

a) **Kebutuhan Jasmani**

Kebutuhan jasmani merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan segala hal yang bersifat fisik atau material. Contoh kebutuhan jasmani, yaitu makanan, minuman dan olahraga

b) **Kebutuhan Rohani**

Kebutuhan rohani sendiri merupakan kebutuhan yang tidak memiliki sifat wujud, akan tetapi manfaatnya dapat dirasakan. Contoh kebutuhan jasmani adalah rekreasi, hiburan, liburan dan lain sebagainya.

3) **Kebutuhan berdasarkan waktu**

Kebutuhan berdasarkan waktu tersiri atas kebutuhan masa kini dan kebutuhan masa depan, berikut penjelasannya:

a) Kebutuhan masa kini

Kebutuhan masa kini ialah kebutuhan yang hendaknya harus segera dipenuhi dan tidak dapat ditunda.

b) Kebutuhan masa depan

Kebutuhan masa depan adalah jenis kebutuhan yang pemenuhannya dapat ditunda atau bisa dilakukan nanti di masa yang akan datang.³⁸

Kebutuhan masing-masing individu tentunya berbeda antara satu dengan yang lain serta bisa berubah dari masa ke masa, ataupun dari tempat sebelumnya ke tempat berikutnya. Berikut faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan seseorang:

1) Peradaban

Peradaban merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kebutuhan di tiap zaman berbeda. Zaman dulu jenis kebutuhan manusia dan cara pemenuhannya masih sangat sederhana. Misalnya, pada zaman dulu masyarakatnya berpakaian seadanya dengan memanfaatkan daun-daunan, kulit kayu dan lain sebagainya. Untuk makan saja sudah cukup dengan umbi-umbian. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan peradaban, maka semakin berkembang pula jenis kebutuhan manusia.

2) Lingkungan

Kebutuhan tiap individu tentunya akan dipengaruhi oleh tempat tinggal. Contohnya, kebutuhan masyarakat pesisir akan berbeda dengan masyarakat yang tinggal di pegunungan. Masyarakat pesisir lebih membutuhkan pancing, jaring, perahu dan hal-hal lain yang bisa digunakan untuk menangkap ikan dilaut. Sedangkan masyarakat pegunungan lebih membutuhkan cangkul, pupuk atau benih tanaman untuk bercocok tanam.

³⁸ Suparmoko, *Ekonomi 1*, ed. by Tim Quadra (Jakarta: Yudhistira, 2007).

3) Adat Istiadat

Setiap daerah tentunya memiliki adat istiadat atau tradisinya masing-masing. Contoh sederhananya, pria Jawa yang mempunyai tradisi untuk menggunakan blangkon sedangkan pria di daerah lain tidak demikian.

4) Agama

Agama merupakan salah satu faktor yang membedakan kebutuhan tiap individu. Misalnya, masyarakat yang menganut agama Islam tentunya membutuhkan perlengkapan untuk shalat seperti mukena, sajadah dan lain sebagainya serta dilarang untuk mengonsumsi daging babi. Sedangkan masyarakat yang menganut agama Hindu membutuhkan sesajen untuk upacara keagamaannya dan dilarang untuk mengonsumsi daging sapi.³⁹

b. Keinginan

Keinginan didefinisikan sebagai hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Setiap individu mungkin memiliki kebutuhan yang sama, namun keinginan yang berbeda-beda. Contohnya, terdapat 3 orang yang butuh makan, tetapi si A ingin makan pizza di Pizza Hut, sedangkan si B ingin makan hamburger di *McDonald's* dan si C ingin ayam goreng di KFC. Keinginan akan menjadi sebuah permintaan (*demand*) jika didukung dengan daya beli (*purchasing power*) serta kesediaan untuk membeli (*willing-ness to buy*). Misalnya, terdapat sekelompok orang yang ingin berwisata ke Jepang, namun hanya beberapa dari mereka yang mampu untuk merealisasikannya. Hakikatnya kebutuhan merupakan keinginan itu sendiri, namun keinginan tidak mutlak sebagai kebutuhan.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang, yaitu meliputi konteks individual (*personal worth*, konteks

³⁹ S. Alam, 'Ekonomi', Jilid 1 (Jakarta: ESIS, 2006), pp. 4–6.

institusional, dan konteks kultural) dan konteks lingkungan (ekonomi, teknologi, dan kebijakan publik) berikut penjelasannya:

- 1) Konteks individual, meliputi:
 - a) *Personal worth*, yakni faktor yang berkaitan dengan ketersediaan sumber daya finansial, seperti penghasilan, aset, warisan, maupun daya pinjam/kredit.
 - b) Konteks institusional, yakni faktor yang mengacu pada kelompok dan organisasi, seperti tempat kerja, teman pergaulan, dan komunitas-komunitas lainnya.
 - c) Konteks kultural, yakni hal-hal yang berkaitan nilai-nilai budaya yang membentuk segala sesuatu yang dilakukan, diharapkan, dan yang ingin dicapai. Misalnya dalam budaya tertentu, seseorang akan dihargai atas dasar apa yang dimiliki seperti perhiasan yang dipakai, rumah, dan kendaraan yang digunakan. Orang-orang dalam budaya tersebut cenderung berperilaku konsumtif dalam berbelanja demi mendapatkan respek sosial di lingkungannya.
- 2) Konteks lingkungan, meliputi:
 - a) Ekonomi, sebagai komponen utama yang meliputi perkembangan ekonomi dan siklus perekonomian suatu negara. Tingkat pengangguran, laju inflasi, tingkat perekonomian dan pendapatan memiliki pengaruh terhadap setiap keputusan pembelian. Misalnya, ketika tingkat inflasi tinggi maka dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk membatalkan atau menunda rencana untuk membeli rumah, karena tingginya tingkat suku bunga kredit.
 - b) Teknologi, yakni faktor yang mencakup segala hasil temuan manusia yang dapat digunakan untuk memfasilitasi, meningkatkan dan memudahkan aktivitas manusia.

- c) Kebijakan publik, yakni faktor yang berkaitan dengan perilaku pasar, seperti kebijakan terkait distribusi, iklan, pengujian kualitas, dan penggunaan bahan-bahan tertentu. Misalnya, kebijakan terkait tipe-tipe obat yang bisa diperjual-belikan dengan bebas dan obat-obatan yang harus menggunakan resep dokter.⁴⁰

5. Tinjauan Ekonomi Islam

Agama Islam merupakan ajaran yang sempurna dimana segala hal telah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, termasuk aspek dalam perekonomian. Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam Muklis dan Suardi, ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Tujuan ekonomi Islam adalah untuk membantu manusia dalam mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan kehidupan di akhirat kelak, seperti yang telah dijelaskan dalam Qs. Al-Jumu'ah ayat ke-10:⁴¹

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

*“Jika telah dilaksanakan shalat, maka bertebarlah kalian di muka bumi; carilah karunia dari Allah; dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kalian beruntung.”*⁴²

Ayat tersebut memiliki makna bahwa apabila diantara kalian telah melaksanakan salat, maka bertebaranlah untuk kepentingan masing-masing.

⁴⁰ Fandy and Anastasia, p. 62-63.

⁴¹ H. Muklis and Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam*, ed. by Safira Diah Febrianti (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020).

⁴² Departemen Agama Republik Indonesia.

Dan perintah untuk mencari karunia Allah serta perbanyak berzikir kepada Allah, agar memperoleh keberuntungan di dunia dan akhirat.⁴³

Ajaran agama Islam mendorong setiap individu untuk bisa bekerja demi menghidupi diri mereka dan keluarga mereka, serta melarang perbuatan meminta-minta.⁴⁴ Ekonomi dalam ajaran agama Islam bisa dimaksimalkan, apabila sumber daya ekonomi tersebut dialokasikan dengan baik dan dibatasi sesuai dengan peraturan atau prinsip syariah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-An'am (6) ayat ke-141:⁴⁵

كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ^{٤٦}

Terjemahnya:

“Makanlah buahnya, jika buah tersebut berbuah, dan tunaikanlah hak atas hasil dari memetik buah tersebut dengan membayar zakat dan bersedekah kepada fakir miskin; namun janganlah kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka dengan orang yang berlebih-lebihan.”⁴⁶

Ayat tersebut menjelaskan tentang perintah untuk memakan buah yang baik dan mengeluarkan zakat atas buah tersebut serta melakukan sedekah kepada fakir miskin. Dalam ayat tersebut juga dijelaskan untuk tidak bersikap berlebih ketika mengonsumsi buah tersebut, karena bisa membahayakan diri sendiri dan dapat mengurangi hak dari orang miskin. Pada dasarnya Allah tidak menyukai perbuatan orang-orang yang berlebih.⁴⁷

Konsumsi dalam Islam merupakan suatu perwujudan fungsi kemanusiaan dan sebagai rasa syukur sebagai hamba Allah dalam mendapatkan

⁴³ Muhammad Quraish Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-Jumu'ah Ayat 10', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-jumuah/62-10/>> [accessed 6 February 2023].

⁴⁴ Arif Wibowo, 'Tujuan Ekonomi Dan Keuangan Islam', *Jurnal Islamic Finance*, 2012, 1–9 <<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=vtVCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ekonomi&ots=mL64TtSLkf&sig=vA8mD6-V5YJIHODCwj9YVJZkbG4>>.

⁴⁵ Muklis and Suardi.

⁴⁶ Departemen Agama Republik Indonesia.

⁴⁷ Muhammad Quraish Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-An'aam Ayat 141', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-an-aam/6-141/>> [accessed 6 February 2023].

kebahagiaan serta kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Menurut Yusuf Qurdhawi dalam Sitompul dan kawan-kawan, konsumsi merupakan suatu bentuk pemanfaatan secara wajar atas hasil produksi yang halal dalam mewujudkan kelangsungan hidup manusia yang sejahtera dan aman.⁴⁸

Konsumsi dalam Islam hakikatnya bertujuan untuk memaksimalkan *maslahah* atau kebaikan bukan pada kepuasan hasrat semata. Ekonomi Islam menerapkan sikap moderat terhadap harta, yakni sikap seimbang (*qamawah*) dalam pemanfaatan harta kekayaan dalam setiap aspek kehidupan, baik dalam mengonsumsi, memproduksi, dan distribusi. Sebagaimana dalam QS. Al Furqaan (25) ayat ke-67:⁴⁹

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

Terjemahnya:

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.”⁵⁰

Ayat tersebut menjelaskan tentang ciri-ciri hamba Tuhan yang Maha Penyayang yakni memiliki sikap yang sederhana saat membelanjakan hartanya, baik untuk diri sendiri, keluarga maupun orang sekitar. Mereka yang tidak berlebih-lebihan dan tidak juga kikir dalam penggunaan hartanya, yakni di tengah-tengah.⁵¹

Ajaran agama Islam sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur’an dan As-sunnah dalam memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan, yakni secara sederhana, seimbang atau layak, tidak dengan berlebih-lebihan (*israf*) atau

⁴⁸ Saleh Sitompul, Safrul Daulay, and Raza Nurul Ichsan, *Konsep Dasar Penerapan Ekonomi Menurut Perspektif Islam*, ed. by Lukman Nasution (Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, 2020).

⁴⁹ Dony Burhan Noor Hasan, *Tafsir Ayat-Ayat Iqtishady*, ed. by Moh. Afandi (Jakarta: Duta Media Publishing, 2018).

⁵⁰ Departemen Agama Republik Indonesia.

⁵¹ Muhammad Quraish Shihab, ‘Tafsir Al-Mishbah QS. Al Furqaan (25) : 67’, *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-furqaan/25-67/>> [accessed 7 January 2023].

boros dan tidak kikir terhadap kekayaan yang dimiliki, baik untuk diri sendiri, keluarga maupun untuk perbuatan amal kebaikan lainnya.⁵²

Seiring dengan perkembangan teknologi di zaman modern ini, segala sesuatu yang di inginkan bisa dengan mudah didapatkan secara online. Hal inilah yang kemudian dapat mendorong seseorang untuk membeli atau menggunakan sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tindakan yang dilakukan dalam berbelanja tidak didasari sebagai pemenuhan kebutuhan saja, akan tetapi dilakukan untuk memuaskan keinginan mereka.⁵³ Perilaku seperti ini sering kali dijumpai di kalangan para remaja, yang mana mereka masih dalam proses mencari jati diri dan mudah terpengaruh dengan *trend-trend* masa kini, baik dalam hal berpakaian, kegiatan yang dilakukan, hingga makanan yang dikonsumsi. Hal ini semata dilakukan agar tidak dianggap ketinggalan zaman, namun pada dasarnya *trend* selalu berubah-ubah, sehingga membuat mereka tidak selalu puas dengan apa yang sudah dimiliki dan akibatnya mereka jadi berperilaku boros (*israf*) dan membazir (*tabdzir*).⁵⁴

Rafiq Yunus al-Mashri dalam Ridwan mendefinisikan boros (*israf*) sebagai tindakan membelanjakan harta dengan jumlah yang banyak untuk tujuan yang sepele atau dengan kata lain melebihi batas kewajaran dalam berbelanja. Jadi, perilaku boros dimaknai dengan membelanjakan harta kekayaan untuk sesuatu yang halal, tapi melebihi kadar kebutuhan. Sederhananya, seseorang yang mengonsumsi atau menggunakan sesuatu dengan berlebihan dari jumlah yang dibutuhkan, perilaku tersebut disebut dengan boros.

Definisi membazir (*tabdzir*) sebagaimana yang dijelaskan oleh Al-Razi dalam Ridwan merupakan perilaku yang merusakkan harta dengan

⁵² Hasan.

⁵³ Umi Rosyidah and Lailatul Mas 'Udah, 'Larangan Berlebih-Lebihan Dalam Al- Qur ' an', *Journal of Quranic Studies and Islamic Communication*, 02 (2022), 138–62.

⁵⁴ Misi Anggraini and Rozalinda, 'Pengaruh Influencer, Follower Instagram Dan Youtuber Dalam Jual Beli Baju Bekas Branded', *Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, VIII.2 (2022), 187–205.

membelanjakannya secara boros. Membazir (*tabdzir*) memiliki definisi lebih dibandingkan boros (*israf*), yakni dimaknai dengan orang yang dalam membelanjakan harta kekayaannya dilakukan atas dasar keinginan, nafsu dan syahwat. Jadi, membazir merupakan perbuatan seseorang yang tidak bisa memahami kondisi kebutuhan yang sesungguhnya diperlukan, sehingga orang tersebut tidak dapat membedakan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan dengan yang tidak.⁵⁵ Dalam Al-Qur'an terkadang menggunakan istilah *tabdzir* atau menggunakan istilah *israf* untuk menjelaskan perilaku boros, seperti yang dijelaskan tentang perilaku pemborosan dalam Q.S Al-Isra' (17) ayat ke 26-27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Terjemahnya:

26. “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” 27. “Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”⁵⁶

Ayat ke-26 dijelaskan tentang perintah untuk memberi hak kepada keluarga dan saudara dekat atas harta yang dimiliki sebagai perbuatan kebajikan dan menjaga tali-silahturahmi. Serta diperintahkan untuk memberi zakat dan melakukan sedekah pada orang-orang miskin yang membutuhkan dan pada musafir yang tidak memiliki harta. Dalam ayat ini juga melarang perilaku menghambur-hamburkan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang

⁵⁵ Murtadho Ridwan and Irsad Andriyanto, ‘Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim’, *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11.2 (2019), 273–84 <<https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.4927>>.

⁵⁶ Departemen Agama Republik Indonesia.

tidak mendatangkan masalah.⁵⁷ Pada ayat ke-27 menjelaskan bahwa orang yang menghambur-hamburkan hartanya dengan berlebihan (boros) merupakan saudara setan. Mereka telah terpedaya dengan godaan setan supaya terjerumus dalam tindakan kerusakan, yakni membelanjakan harta secara tidak benar.⁵⁸

Israf dan *tabdzir* dapat dimaknai dengan arti yang sama, yakni berlebihan dan melampaui batas. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan, jika dipahami lebih dalam *tabdzir* (membazir) adalah akibat yang ditimbulkan dari perilaku *israf* (boros). Pada dasarnya Islam tidak melarang seseorang untuk hidup bahagia dan nyaman, yang mana segala kebutuhan dan keinginannya tercukupi, sebagaimana sabda Nabi SAW: “*Diantara kebahagiaan seseorang adalah tempat tinggal yang luas, tetangga yang soleh (baik), kendaraan yang selesa.*” (HR. Al-Bukhari).⁵⁹

Menurut Arif dalam Rohayedi dan Maulina, Islam tidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya, selama barang/jasa yang dikonsumsi tersebut halal dan dikonsumsi secara wajar atau tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan tetap dibolehkan, asalkan hal itu dapat menambah *maslahah* atau tidak mendatangkan *kemudharatan*.⁶⁰

Diriwayatkan dari Ali dalam Izzaturrahim, dia berkata: “*Segala sesuatu yang kamu belanjakan atas dirimu dan keluargamu tanpa berlebihan dan juga boros, serta apa saja yang disedekahkan maka akan mendatangkan pahala. Sedangkan segala sesuatu yang dibelanjakan agar dapat dilihat dan didengar orang lain, maka hal itu menjadi bagian dari syaitan.*”⁶¹

⁵⁷ Shihab, ‘Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17) : 26’.

⁵⁸ Shihab, ‘Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17) : 27’.

⁵⁹ Ridwan and Andriyanto.

⁶⁰ Eddy Rohayedi and Maulina, ‘Konsumerisme Dalam Perspektif Islam’, *Transformatif*, 4.1 (2020), 31–48 <<https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>>.

⁶¹ Bintang Fauzan Izzaturrahim, Khambali, and Adang Muhammad Tsauri, ‘Implikasi Pendidikan Q . S . Al-Isra Ayat 26-27 Tentang Larangan Tabdzir Terhadap Upaya Menghindari Perilaku Mubazir’, *Prosiding Pendidikan Agama Islam*, 6.17 (2020), 36–39.

Ajaran agama Islam melarang perbuatan riya' dalam membeli pakaian dengan memamerkan diri mengikuti perkembangan zaman dan berperilaku *tabarruj* yakni berpakaian berlebihan untuk menarik perhatian. Konsep dalam Islam mengandung nilai moral untuk membelanjakan harta untuk sesuatu yang baik dan memiliki manfaat untuk tujuan jangka panjang serta melarang untuk hidup bermewah-mewahan terlepas dari kapasitas atau tidak.⁶²

B. Hipotesis

Hipotesis dalam suatu penelitian merupakan jawaban yang bersifat sementara atas pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah penelitian dan setelah data yang diperlukan terkumpul kemudian dilakukan analisis, maka akan dapat diketahui hipotesis penelitian yang diajukan ditolak atau diterima.⁶³

Ha: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Manado.

Ho: Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Manado.

⁶² Anggraini and Rozalinda.

⁶³ Zarah Puspitaningtyas, Agung Widhi Kurniawan, 'Metode Penelitian Kuantitatif', in Google Books (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), p. 51–52.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang berlokasi di Jln. Dr. S.H Sarundajang, Kawasan Ringroad 1, Kelurahan Malendeng, Kecamatan Paal Dua, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah bulan Februari-April 2023.

B. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono dalam Sandu dan Ali, menerangkan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak/*random* dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data yang dilakukan bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁴

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas juga karakteristik tertentu sesuai dengan yang telah diterapkan oleh peneliti dalam penelitian untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁵ Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado angkatan 2019 yang berjumlah 191 mahasiswa.

⁶⁴ Sitoyo Sandu and Sodik Ali, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

⁶⁵ Agung Widhi Kurniawan, p. 66.

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa FEBI Angkatan 2019

No.	Program Studi	Jumlah
1.	Ekonomi Syariah	135
2.	Perbankan Syariah	56
Jumlah Keseluruhan		191

Sumber: Data Bag. Akademik FEBI IAIN Manado Tahun 2022

a. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi atau perwakilan dari populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, yang mana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.⁶⁶ Dalam menentukan jumlah dari sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin.

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan/Persentase Kesalahan 10% = 0,1

Perhitungan:

$$n = \frac{191}{1 + 191 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{191}{1 + 191 \times 0,01}$$

$$n = \frac{191}{2,91}$$

$n = 65,635$ dibulatkan menjadi 70 sampel.

⁶⁶ Hardani and others, 'Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', in Google Books, ed. by AK Husnu Abadi, A.Md. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2022), Vol. 1, 362–365.

Maka diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 70 orang/responden. Sampel yang diambil adalah mahasiswa aktif angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

D. Data dan Instrumen

1. Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dari dua jenis, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh sendiri oleh peneliti secara langsung. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh berupa observasi (pengamatan) yang dilakukan dan kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado angkatan 2019.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang tidak diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen, buku, jurnal/artikel yang berkaitan dengan penelitian.⁶⁷

2. Instrumen Penelitian

Pada dasarnya penelitian adalah upaya pengukuran, maka alat ukur yang digunakan dalam penelitian disebut dengan instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan sangat berpengaruh terhadap keterpercayaan data yang diperoleh. Maka dari itu, ketepatan dan keterpercayaan hasil penelitian sangat ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data.⁶⁸ Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran. Penggunaan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu ataupun kelompok terkait fenomena sosial. Dalam skala *likert* variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun

⁶⁷ Agung Widhi Kurniawan, p. 78.

⁶⁸ I Komang. I Kadek Surya Atmaja Sukendra, *Instrumen Penelitian*, ed. by Fiktorius Teddy (Pontianak: Mahameru Press, 2020).

item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁶⁹ Berikut indikator variabel yang akan dijadikan bentuk pernyataan dalam kuesioner:

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator
1.	Gaya Hidup (X)	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Activities</i> (Kegiatan) b. <i>Interest</i> (Minat) c. <i>Opinion</i> (Pendapat)
2.	Perilaku Konsumtif (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a. Membeli produk karena adanya penawaran khusus. b. Membeli produk karena penampilan yang menarik. c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. d. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya. e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. f. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. g. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. h. Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.

⁶⁹ Hikmawati Fenti, 'Metodologi Penelitian' (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2020), IV, 38.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat atau mengamati secara langsung. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan berupa observasi terus terang dan tersamar (*overt observation dan covert observation*), yang mana kegiatan observasi yang dilakukan diketahui oleh sumber data dengan melihat dan memberikan beberapa pertanyaan terkait pola perilaku mahasiswa Angkatan 2019 FEBI IAIN Manado dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait fenomena yang diinginkan.⁷⁰

2. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pernyataan kepada mahasiswa Angkatan 2019 FEBI IAIN Manado untuk dapat dijawab. Dalam penelitian ini daftar pernyataan kuesioner bersifat tertutup, yakni pilihan jawaban dalam kuesioner telah disesuaikan, sehingga hanya dapat memilih jawaban dari pilihan jawaban yang tepat ataupun yang mendekati dari jawaban yang pernah dialami.⁷¹ Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu Gaya Hidup (X) dan Perilaku Konsumtif (Y) dengan menggunakan Skala *likert* sebagai berikut:

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

⁷⁰ Azuar Juliandi, Irfan, and Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*, ed. by Fahrizal Zulkarnain (Medan: UMSU PRESS, 2014).

⁷¹ Ma'ruf Abdullah, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif' (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), p. 248.

a. Variabel X (Gaya Hidup)

Tabel 3. 3 Pernyataan Kuesioner Variabel X

Indikator	No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<i>Activities</i> (Kegiatan)	1.	Berbelanja (<i>shopping</i>) merupakan kegiatan yang saya sukai.					
	2.	Saya lebih banyak melakukan hal-hal yang disenangi, seperti jalan-jalan di pusat perbelanjaan atau nongkrong di kafe bersama teman-teman.					
<i>Interest</i> (Minat)	1.	Saya selalu mengikuti perkembangan mode <i>fashion</i> terkini.					
	2.	Saya tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat wisata baru yang ramai didatangi orang-orang.					
	3.	Saya lebih banyak menghabiskan uang saya untuk memenuhi keinginan saya dibandingkan untuk menabungnya.					
<i>Opinion</i> (Pendapat)	1.	Produk mahal bermerk (branded) yang saya beli dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas status sosial saya.					
	2.	Menurut saya masa remaja merupakan saat yang tepat					

		untuk bersenang-senang.					
	3.	Bagi saya mengetahui tentang <i>fashion</i> dan selalu menjaga penampilan itu penting.					

b. Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Tabel 3. 4 Pernyataan Kuesioner Variabel Y

Indikator	No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Membeli produk karena adanya penawaran khusus.	1.	Saya membeli barang/jasa tertentu untuk mendapatkan voucher potongan harga.					
	2.	Saya membeli produk yang menawarkan undian.					
	3.	Saya membeli produk karena adanya promo "Beli 1 gratis 1".					
Membeli produk karena penampilan yang menarik.	1.	Saya membeli sesuatu karena bentuk tampilannya yang lucu dan menarik.					
	2.	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik walaupun sebenarnya tidak saya butuhkan.					
Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.	1.	Saya membeli suatu produk atau layanan jasa tertentu untuk menjaga penampilan dan gengsi saya dimata teman-teman					

		saya.					
	2.	Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli barang-barang yang membuat saya tampak modis.					
	3.	Saya membelanjakan uang lebih banyak untuk mengubah daya tarik fisik, contohnya <i>skincare</i> dan lain-lain.					
Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya.	1.	Saya membeli barang atau jasa tertentu karena adanya diskon atau promo yang ditawarkan bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya.					
	2.	Saya membeli barang atau jasa tertentu karena adanya diskon yang ditawarkan.					
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	1.	Saya hanya membeli produk-produk yang bermerek (<i>branded</i>) saja.					
	2.	Saya membeli produk-produk mahal/ <i>branded</i> untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.					
Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.	1.	Saya sering membeli berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.					

	2.	Saya suka mencoba produk baru meskipun yang lama masih bisa digunakan.					
Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	1.	Saya membeli produk-produk yang dipromosikan oleh idola saya.					
	2.	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.					
Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.	1.	Rasa percaya diri saya meningkat saat menggunakan produk yang bermerek (<i>branded</i>).					
	2.	Saya lebih memilih untuk membeli produk bermerk (<i>branded</i>) yang harganya mahal agar saya tampil percaya diri di depan umum.					

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan menggunakan dokumentasi yang dimiliki oleh sumber data. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan, yaitu data Institut Agama Islam Negeri Manado dan data mahasiswa Angkatan 2019 FEBI IAIN Manado.⁷²

⁷² Agung Widhi Kurniawan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, serta menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, hingga melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Proses dalam menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 29.0. SPSS merupakan singkatan dari *Statistical Product and Service Solution*, yakni sebuah program pengolahan data statistik yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.⁷³

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Istilah validitas diartikan sebagai sah atau tepat. Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur, dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner dapat mengungkapkan dari sesuatu yang hendak diukur sehingga dapat menjawab tujuan dari penelitian. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *Bivariat Pearson (Produk Momen Pearson)*, yang mana skor-skor item pernyataan dalam kuesioner dikorelasi dengan totalnya dengan bantuan program SPSS 29.0. Dengan ketentuan jika r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 5% maka dapat diketahui item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner valid.⁷⁴

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran bisa dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas juga diartikan sebagai ketepatan alat ukur, yang mana jika suatu objek diukur yang sama diukur berulang-kali dengan menggunakan alat ukur yang sama

⁷³ Sandu and Ali.

⁷⁴ 'Uji Validitas Dan Reliabilitas' <<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01>> [accessed 13 March 2023].

maka hasilnya juga akan sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 29.0. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka instrumen dapat dikatakan reliabel atau terpercaya.⁷⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam menentukan ketetapan model, perlu dilakukan pengujian atas beberapa uji asumsi klasik seperti:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan apakah data yang sudah diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Nilai regresi yang baik hendaknya terdistribusi normal, karena hal ini merupakan salah satu syarat ketika hendak melakukan perhitungan analisis statistika. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan SPSS 29.0. Apabila nilai signifikansi diatas 0,05, maka data yang diujikan dapat dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Data

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear atau tidak. Linear mempunyai makna sebagai hubungan seperti garis lurus. Dalam penelitian ini pengujian linearitas dilakukan menggunakan metode *Linearity Test* dengan bantuan SPSS 29.0. Apabila nilai signifikan *Deviation From Linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear. Sebaliknya, jika nilai signifikan *Deviation From Linearity* $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat bias (penyimpangan) atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Jika terdapat bias/penyimpangan dalam suatu model analisis regresi, maka

⁷⁵ Juliandi Azuar and others, *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*, ed. by Franita Riska (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016).

estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit karena varian data yang tidak konsisten. Penelitian ini menggunakan teknik *Glejser* dalam mendeteksi gejala heterokedastisitas dengan bantuan *software* SPSS 29.0. Apabila nilai signifikan antara variabel bebas dengan variabel absolut residual $> 0,05$, maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Dan sebaliknya, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dinyatakan adanya gejala heterokedastisitas.⁷⁶

3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi *Linear* Sederhana

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui dan menentukan persamaan regresi yang baik dan dapat digunakan untuk menaksir nilai suatu variabel dependen (Y) berdasarkan nilai satu variabel independen (X). Arti dari kata *Linear* merupakan asumsi antara kedua variabel yang dianalisis menunjukkan hubungan yang *linear* (garis lurus). Sedangkan makna sederhana diartikan bahwa dalam analisis ini hanya melibatkan dua variabel, yaitu variabel yang mempengaruhi (*independen variabel*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependen variabel*). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel Gaya Hidup sebagai variabel independen (X) dan variabel Perilaku Konsumtif sebagai variabel dependen (Y). Adapun persamaan regresi sederhana dapat dinotasikan dalam rumus:⁷⁷

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

a = Konstanta (nilai Y apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

x = Nilai variabel independen

⁷⁶ Wayan Widana and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*, ed. by Fiktorius Teddy (Pontianak: KLIK MEDIA, 2020).

⁷⁷ Nuryadi and others, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017), v.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independent (gaya hidup) mempengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif) atau tidak. Dalam penelitian ini derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Kriteria:

Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).

Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).

Atau:

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan).⁷⁸

c. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap dependen (Y). Koefisien Determinasi atau koefisien penentu artinya penyebab perubahan pada variabel Y datang dari variabel X, sebesar r^2 . Nilai r^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, sedangkan jika nilai r^2 mendekati 1 maka kemampuan variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian koefisien determinasi menggunakan alat ukur SPSS 29.0.⁷⁹

⁷⁸ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, ed. by Zulfikar (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021).

⁷⁹ Siswoyo Haryono, *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen* (Yogyakarta: LP3M UMY, 2020).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Awal mula berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado tidak lepas dari perjuangan para pemimpin Muslim di Sulawesi Utara. Pada tahun 1988, didirikan sebuah lembaga Pendidikan Tinggi Islam yaitu Institut Agama Islam (IAI) Manado oleh beberapa pemuka umat Muslim di Manado. Pada masa itu, kegiatan pembelajaran dilakukan di gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) yang sekarang sudah menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Model Manado. Kemudian di tahun 1990, IAI Manado diasiliasikan dengan Fakultas Syari'ah IAIN Alauddin Makassar dan dari tahun 1944 Fakultas Syari'ah IAIN alauddin dipindahkan ke daerah perkamil. Dengan adanya Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997 dan Keputusan Menteri Agama Nomor 197 Tahun 1997, yang menyatakan bahwa Fakultas Syari'ah Filial IAIN Alauddin berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Manado dan secara resmi berpisah dengan lembaga induknya, yaitu IAIN Alauddin Makassar.

Semenjak tahun 1997, STAIN Manado merupakan perguruan tinggi Islam satu-satunya di Sulawesi Utara. Kemudian setelah kurang lebih 18 tahun beroperasi, di bulan November tahun 2015, STAIN Manado berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 147 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Manado menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. IAIN Manado memiliki empat fakultas, yakni Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah, Fakultas

Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang merupakan fakultas termuda di IAIN Manado.⁸⁰

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di tahun ajaran 2015-2016 IAIN Manado membuka Fakultas ke-4 yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan dua program studi, yakni Program studi Perbankan Syariah dan Program Studi Ekonomi Syariah yang sebelumnya merupakan prodi di Fakultas Syariah kemudian beralih ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dekan pertama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah Dr. Hj. Nurlaila Harun, M. Si., dengan masa jabatan 2015-2019, kemudian dilanjutkan oleh dekan kedua yaitu Dr. Rosdalina Bukido, M. Hum., dengan masa jabatan 2019-2023, dan berikutnya dilanjutkan oleh dekan ketiga yaitu Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.

Fakultas termuda di IAIN Manado adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang merupakan *center* dalam bidang keilmuan Ekonomi Syariah dan Perbankan Syari'ah yang memiliki daya saing global dan berbasis multikultural serta mengembangkan ilmu ekonomi syari'ah dan perbankan syari'ah dengan mata kuliah yang ditawarkan.⁸¹

3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

a. Visi

“Menjadi fakultas yang unggul dan professional dalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis multikultural di Kawasan Asia Tenggara 2035”.

b. Misi

1) Menyelenggarakan suatu sistem Pendidikan yang *professional* dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.

⁸⁰ 'IAIN Manado - Kampus Multikultural' <<http://iain-manado.ac.id/>> [accessed 8 March 2023].

⁸¹ 'FEBI IAIN MANADO – Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam' <<http://febi.iain-manado.ac.id/>> [accessed 9 March 2023].

- 2) Melakukan pengembangan Fakultas sebagai pusat penelitian yang berbasis multikultural dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis multikultural dengan tujuan sebagai penguatan dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 4) Menjalin hubungan kemitraan dengan berbagai pihak baik pihak yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri terkait bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.

c. Tujuan

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diantaranya:

- 1) Membentuk sarjana ekonomi yang handal, produktif dan kompetitif dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 2) Menghasilkan penelitian-penelitian yang dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Membentuk masyarakat ekonomi syariah yang memiliki daya literasi dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 4) Mewujudkan kerjasama dengan *stakeholder* yang produktif dalam bidang ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 5) Menciptakan layanan fakultas yang bermutu dan memiliki orientasi terhadap kepuasan *stakeholder*.⁸²

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dengan jumlah populasi sebanyak 191 mahasiswa, dan dalam penentuan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% yang berjumlah 70 responden. Untuk penentuan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*,

⁸² 'Visi Dan Misi Tahun 2030 – FEBI IAIN MANADO' <<http://febi.iain-manado.ac.id/index.php/visi-misi-dan-tujuan/>> [accessed 9 March 2023].

yang mana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pemberian kuesioner dilakukan secara langsung dan secara online. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan jurusan/program studi.

- a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	12	17%
Perempuan	58	83%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data olahan mandiri, 3 April 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jenis kelamin mahasiswa yang diambil sebagai responden didominasi oleh mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 58 orang atau sebesar 83% dan laki-laki berjumlah 12 orang atau sebesar 17%.

- b. Berdasarkan Usia Responden

Tabel 4. 2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur	Frekuensi	Presentase (%)
20 Tahun	1	1%
21 Tahun	18	26%
22 Tahun	41	59%
23 Tahun	10	14%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data olahan mandiri, 3 April 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa umur Mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

yang diambil sebagai responden yang paling banyak adalah mahasiswa yang berumur 22 tahun sebesar 59% dan mahasiswa yang berumur 21 tahun sebesar 26%.

c. Berdasarkan Jurusan Responden

Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
Perbankan Syariah	3	4%
Ekonomi Syariah	67	96%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data olahan mandiri, 3 April 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jurusan/program studi mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi responden di dominasi oleh mahasiswa program studi ekonomi syariah sebanyak 67 orang atau sebesar 96%.

2. Hasil Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 29.0 yang dilakukan penelitian kepada 30 responden dengan jumlah item 8 untuk variabel X dan 18 untuk variabel Y, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Independen X (Gaya Hidup)

Pernyataan	Nilai r tabel	<i>Pearson Correlation</i>	Ket.
Item Pernyataan 1	0.361	0.531	Valid
Item Pernyataan 2	0.361	0.731	Valid
Item Pernyataan 3	0.361	0.825	Valid
Item Pernyataan 4	0.361	0.821	Valid
Item Pernyataan 5	0.361	0.611	Valid

Item Pernyataan 6	0.361	0.834	Valid
Item Pernyataan 7	0.361	0.780	Valid
Item Pernyataan 8	0.361	0.761	Valid

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen Y
(Perilaku Konsumtif)**

Pernyataan	Nilai r tabel	<i>Pearson Correlation</i>	Ket.
Item Pernyataan 1	0.361	0.603	Valid
Item Pernyataan 2	0.361	0.847	Valid
Item Pernyataan 3	0.361	0.446	Valid
Item Pernyataan 4	0.361	0.773	Valid
Item Pernyataan 5	0.361	0.855	Valid
Item Pernyataan 6	0.361	0.912	Valid
Item Pernyataan 7	0.361	0.866	Valid
Item Pernyataan 8	0.361	0.769	Valid
Item Pernyataan 9	0.361	0.876	Valid
Item Pernyataan 10	0.361	0.903	Valid
Item Pernyataan 11	0.361	0.931	Valid
Item Pernyataan 12	0.361	0.875	Valid
Item Pernyataan 13	0.361	0.867	Valid
Item Pernyataan 14	0.361	0.858	Valid
Item Pernyataan 15	0.361	0.881	Valid
Item Pernyataan 16	0.361	0.949	Valid
Item Pernyataan 17	0.361	0.816	Valid
Item Pernyataan 18	0.361	0.890	Valid

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang dimuat dalam kuesioner penelitian adalah valid. Artinya seluruh item pernyataan variabel independen X (Gaya Hidup) dan variabel dependen Y (Perilaku Konsumtif) dapat mengungkapkan

sesuatu yang hendak diukur sehingga dapat menjawab tujuan dari penelitian. Hal ini dibuktikan dengan nilai *pearson correlation* lebih besar dari *r* tabel (0.361). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner penelitian telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik sehingga dapat mengukur dengan baik dan tepat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan bantuan SPSS versi 29.0 dengan menggunakan koefisien *cronbach's alpha*, dengan hasil yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen X (Gaya Hidup)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.881	8

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen Y (Perilaku Konsumtif)

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.974	18

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 dan tabel 4.7 menunjukkan hasil dari uji reliabilitas setiap variabel telah melebihi 0,6 sehingga dinyatakan reliabel, yang mana variabel gaya hidup memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,881 dan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,974. Hal tersebut membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan apabila signifikansi diatas 0,05 maka data yang di uji normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 29.0 dengan hasil yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.16769464
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.063
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095

- 1) Test distribution is Normal.
- 2) Calculate from data.
- 3) Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.8, maka dapat diketahui nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,095 > 0,05$. Dengan demikian uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Data

Uji linearitas dilakukan dengan uji *Test For Linearity* dengan ketentuan apabila nilai *Deviation From Linearity* $> 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linear. Sebaliknya, apabila nilai

Deviation From Linearity < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear. Dalam penelitian ini uji linearitas dilakukan dengan bantuan SPSS 29.0 dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	11701.611	21	557.220	5.031	<.001
		Linearity	9884.927	1	9884.927	89.243	<.001
		Deviation From Linearity	1816.684	20	90.834	.820	.679
	Within Groups		5316.675	48	110.764		
	Total		17018.286	69			

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9, maka dapat diketahui nilai signifikansi pada kolom *Deviation From Linearity* sebesar $0,679 > 0,05$ sehingga bisa disimpulkan bahwa antara variabel Gaya Hidup dan variabel Perilaku Konsumtif mempunyai hubungan yang linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan teknik Glejser dengan ketentuan apabila nilai signifikan > 0,05, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Dan sebaliknya, jika nilai signifikan < 0,05 maka dinyatakan adanya gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan bantuan SPSS 29.0 dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-6.090E-16	6.003		.000	1.000
	Gaya Hidup	.000	.217	.000	.000	1.000

1) Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $1,000 > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi sederhana dilakukan untuk memprediksi dan mengetahui nilai satu variabel dependen (Y) berdasarkan satu variabel independen (X).

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-5.333	6.003		-.888	.377
	Gaya Hidup	2.104	.217	.762	9.707	<.001

1) Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diatas, dapat diketahui nilai a = angka konstan dari *unstandardized coefficient* sebesar -5,333. Angka tersebut merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Gaya Hidup (X) maka nilai konsisten Perilaku Konsumtif (Y) adalah -5,333. Dan nilai b = angka

koefisien regresi sebesar 2,104. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Gaya Hidup, maka perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 2,104.

Maka didapatkan persamaan regresi, yaitu $Y = a + bX = -5,333 + 2,104$. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup (X) berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y), yakni memiliki hubungan yang searah. Maksudnya yaitu jika Variabel X (Gaya Hidup) sebagai variabel penentu meningkat, maka variabel Y (Perilaku Konsumtif) sebagai variabel yang dipengaruhi juga akan meningkat. Sebaliknya, jika variabel X (Gaya Hidup) turun, maka variabel Y juga akan mengalami penurunan.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS 29.0 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4.11. Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis:

Ha: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

Ho: Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

2) Menentukan t hitung

Dari hasil SPSS 29.0 pada tabel 4.11 dapat diketahui t hitung 9,707

3) Menentukan t tabel

Rumus : $DF = N - K - 1$

Keterangan:

DF: *Degree of Freedom* (Derajat Kebebasan)

N: Jumlah Sampel

K: Jumlah variabel penelitian

Perhitungan: $DF = 70 - 2 - 1 = 67$

Dengan ketentuan Taraf sig. (2 sisi), dan nilai Sig. sebesar 5% = 0,050 maka dapat diketahui t tabel sebesar 1,99601

4) Kriteria pengujian

Apabila nilai sig. $< 0,05$, atau t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak

Apabila nilai sig. $> 0,05$, atau t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima

5) Kesimpulan

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $9,707 > t$ tabel 1,996 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh Variabel X (Gaya Hidup) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumtif).

c. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini pengujian koefisien determinasi menggunakan alat ukur SPSS 29.0.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.575	10.242

1) Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Sumber: Data olahan dengan SPSS versi 29.0, tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa pengujian yang telah dilakukan hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 0,581 atau

sekitar 58,1%. Hal ini memberikan asumsi bahwa pengaruh variabel independen (Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) adalah sebesar 58,1% sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Manado. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 191 mahasiswa dan diambil sampel sebanyak 70 mahasiswa. Untuk pengukuran variabel independen (X) gaya hidup dalam penelitian ini menggunakan pengukuran psikografik (*psychographic*) yang dikemukakan oleh Schiffman dan Wissenbilt dengan melihat dimensi dari gaya hidup, yaitu aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*). Berdasarkan ketiga dimensi atau indikator tersebut, maka dapat diukur apakah gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena dalam penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Manado.

Pertama, Aktivitas (*activities*) merupakan kegiatan yang sering dilakukan dan disukai oleh mahasiswa, seperti nongkrong, berbelanja, liburan dan lain-lain. Hal ini yang kemudian membuat mereka berperilaku konsumtif dengan menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki untuk hal-hal yang tidak penting dan tidak mendatangkan manfaat bagi masa depan mereka.

Kedua, Minat (*Interest*) merupakan ketertarikan mahasiswa terhadap sesuatu. Seperti hasil dari penelitian ini, dimana mahasiswa tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat wisata baru, selalu mengikuti perkembangan mode fashion terkini dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan semata untuk menunjukkan eksistensi diri terhadap perkembangan yang ada yang kemudian mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.

Ketiga, Opini (*opinion*) merupakan pendapat atau anggapan mahasiswa terhadap sesuatu. Dalam hal ini yaitu adanya anggapan bahwa dengan

menggunakan produk-produk yang bermerek (*branded*) akan mencerminkan kelas status sosial yang dimiliki. Akibatnya mendorong mahasiswa untuk membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan melainkan berdasarkan gengsi semata, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Berdasarkan ketiga indikator tersebut yang memiliki nilai signifikan tertinggi, yaitu indikator opini (*opinion*). Hal ini menunjukkan bahwa pendapat atau anggapan mahasiswa terhadap sesuatu memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan pilihan apa yang akan mereka beli atau gunakan. Menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Razmy gaya hidup pada dasarnya merupakan perilaku seseorang dalam aktivitas yang dilakukan, minat dan juga opini mereka terhadap sesuatu khususnya yang berhubungan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosial yang dimiliki.

Gaya hidup adalah sebuah kerangka acuan (*frame of reference*) yang digunakan seseorang dalam setiap tingkah laku yang dilakukan sehingga konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu.⁸³ Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kasali dalam Andrian yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola perilaku seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki, yang kemudian dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam menentukan pilihan konsumsi. Sejalan dengan pendapat dari Kasali, Solomon dalam Andrian juga mengemukakan bahwa gaya hidup diartikan sebagai pola konsumsi seseorang yang merefleksikan pilihan hidup orang tersebut dalam menghabiskan waktu dan uang yang dimiliki.⁸⁴ Berdasarkan penjelasan dari teori-teori tersebut dapat diartikan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang dalam mengonsumsi sesuatu.

Gaya hidup tiap individu tentunya memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya dan mengalami perubahan seiring dengan berjalannya waktu. Pada dasarnya seseorang akan mempertimbangkan segala sesuatu yang akan digunakan atau dikonsumsi. Di era modern saat ini, gaya hidup identik dengan bagaimana

⁸³ Humris.

⁸⁴ Andrian and others.

seseorang ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup memiliki kaitan yang erat dengan bagaimana cara seseorang membentuk *image* di mata orang lain serta berkaitan dengan status sosial yang disandang.⁸⁵ Hal ini juga dibuktikan dengan indikator opini terkait anggapan bahwa dengan memiliki produk mahal dan bermerek dapat mencerminkan selera yang tinggi dan status sosial yang dimiliki, memiliki nilai signifikansi yang paling tinggi diantara indikator item pernyataan yang lain. Hal tersebut dapat diartikan bahwa opini diri sendiri dan juga opini dari orang lain memiliki pengaruh yang besar terhadap pilihan konsumsi seseorang.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk membangun citra diri inilah yang akan mendorong seseorang mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan demi menunjang penampilan mereka, menggunakan barang-barang bermerek (*branded*) untuk menjaga status sosial yang dimiliki, dan selalu *up to date* dengan perkembangan mode *fashion* terkini untuk menunjukkan eksistensi diri di mata orang lain. Hal inilah yang memicu hadirnya perilaku konsumtif dalam diri seseorang.⁸⁶ Adapun indikator perilaku konsumtif yang digunakan sebagai pengukuran dalam penelitian ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Sumartono, berikut penjelasannya:

Pertama, membeli produk karena adanya penawaran khusus yakni tindakan mahasiswa dalam membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan melainkan karena adanya penawaran khusus yang ditawarkan, seperti mendapatkan potongan harga atau *diskon*, adanya promo “beli 1 gratis 1”, adanya undian yang ditawarkan dan berbagai penawaran khusus lainnya. Akibatnya membuat mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif dengan menghabiskan uang yang dimiliki untuk sesuatu yang tidak mereka perlukan.

Kedua, membeli produk karena penampilan yang menarik yakni tindakan mahasiswa dalam membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan melainkan karena bentuk tampilannya yang lucu dan menarik. Akibatnya mahasiswa tidak

⁸⁵ Humris.

⁸⁶ Dewi and others.

menggunakan uang mereka untuk hal-hal yang mereka butuhkan, namun digunakan untuk memuaskan keinginan mereka. Hal inilah yang kemudian memicu hadirnya perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Ketiga, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi yakni tindakan atau perilaku mahasiswa dalam menghabiskan uang mereka untuk hal-hal yang membuat mereka tampak modis, seperti mengoleksi tas, sepatu, *skincare*, pakaian dan aksesoris lainnya. Hal tersebut semata dilakukan untuk menunjang penampilan mereka demi menjaga gengsi dimata orang lain, akibatnya membuat mereka berperilaku konsumtif.

Keempat, membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaan yakni perilaku mahasiswa dalam melakukan aktivitas berbelanja yang dilatar belakangi oleh harga murah yang ditawarkan dan tidak melihat manfaat atau kegunaan dari barang yang dibeli. Hal ini yang kemudian mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif dengan menghabiskan uang mereka untuk sesuatu yang tidak mendatangkan manfaat bagi mereka kedepannya.

Kelima, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status yakni tindakan mahasiswa dalam membeli produk atau menggunakan jasa tertentu yang mahal dan bermerek (*branded*). Hal tersebut semata dilakukan untuk menjaga simbol status yang dimiliki sehingga membuat mereka berperilaku konsumtif dengan mengonsumsi barang atau jasa yang tentunya mahal dan juga bermerek (*branded*).

Keenam, mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda yakni perilaku mahasiswa sebagai konsumen yang suka mencoba berbagai macam produk dengan jenis yang sama dengan merek yang berbeda. Hal itu dilakukan untuk membandingkan keunggulan dari masing-masing *brand*/merek, sehingga mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif dengan menghabiskan uang lebih banyak dari yang seharusnya.

Ketujuh, menggunakan sebuah produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan yakni perilaku mahasiswa yang suka meniru tokoh atau artis yang di idolakan dengan menggunakan produk-produk yang

dipakai atau yang di iklankan oleh tokoh/ artis yang di idolakan, sehingga mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.

Kedelapan, adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yakni anggapan atau opini mahasiswa dengan membeli atau menggunakan produk mahal dan bermerek (*branded*) bisa membuat mereka tampil lebih percaya diri. Hal ini yang kemudian mendorong mereka berperilaku konsumtif dengan mengonsumsi segala sesuatu yang mahal dan juga bermerek (*branded*).

Berdasarkan delapan indikator tersebut yang memiliki signifikansi dengan nilai tertinggi, yaitu indikator menggunakan sebuah produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mengikuti apa saja yang digunakan dan dipromosikan oleh orang yang mereka idolakan. Artinya sosok idola memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumsi mereka. Menurut Kotler dan Keller dalam Pamudyanini menjelaskan bahwa perilaku konsumen seseorang bisa dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, seperti faktor sosial, budaya, psikologis dan pribadi. Faktor-faktor tersebut bisa jadi penentu seseorang dalam melakukan aktivitas pembelian.⁸⁷

Kotler dan Keller dalam Lupiana mengemukakan bahwa perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan sebuah studi yang mempelajari mengenai bagaimana seseorang dalam memilih, membeli, menggunakan maupun menempatkan barang, ide, jasa dan pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.⁸⁸ Peter dan Olson dalam Hasyim juga menjelaskan bahwa pada dasarnya perilaku konsumen mengacu pada kegiatan dan proses pengambilan keputusan dalam setiap aktivitas pembelian barang ataupun jasa.⁸⁹

Kebutuhan dan keinginan seseorang semakin bertambah dan beragam seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Hal inilah yang kemudian

⁸⁷ Pamudyanini.

⁸⁸ Lupiana and Andika Kusumajaya.

⁸⁹ Hasyim.

mendorong seseorang untuk melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa pertimbangan dahulu. Bahkan banyak dari mereka yang membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan, melainkan untuk sekedar menjaga penampilan, eksistensi diri, dan status sosial yang dimiliki, sehingga mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.

Fromm dalam Ripki menegaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan atau perilaku seseorang dalam mengonsumsi secara berlebihan dan boros, serta tidak mempunyai skala prioritas, dimana lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan sehingga diartikan dengan gaya hidup bermewah-mewahan. From juga menambahkan bahwa perilaku atau tindakan tersebut akan mengakibatkan *consumption hungry*, yakni keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan untuk sekedar memenuhi rasa puas yang kemudian mendorong mereka menjadi konsumtif.⁹⁰

Sumartono dalam Wardani juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku mengonsumsi sesuatu tanpa pertimbangan rasional dan dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku tersebut muncul karena orang tersebut tidak lagi mengonsumsi sesuatu yang memang benar-benar dibutuhkan, namun dilakukan karena berbagai macam alasan, seperti sekedar sebagai pemenuhan keinginan, mengikuti *trend* perkembangan mode, menjaga eksistensi diri, gengsi dan lain sebagainya.⁹¹

Perilaku konsumtif dapat dijumpai di semua kalangan, apalagi pada kalangan remaja khususnya mahasiswa. Mahasiswa dikategorikan sebagai remaja akhir hingga dewasa awal yang berkisar 18-25 tahun. Tidak semua mahasiswa berperilaku konsumtif, namun diumur mereka yang masih tergolong remaja rentan untuk dipengaruhi. Hal tersebut, dikarenakan oleh sifat atau perilaku yang mudah dipengaruhi oleh diskon, promo dan iklan, serta memiliki perilaku ikut-ikutan teman dan boros dalam menggunakan uang. Tidak sedikit dari mereka yang selalu mengikuti perkembangan mode terkini untuk menunjukkan eksistensi diri.

⁹⁰ Ripki.

⁹¹ Wardani and Anggadita.

Namun, mode selalu berubah-ubah dari masa ke-masa. Hal ini mengakibatkan mereka tidak selalu puas dengan apa yang dimiliki, yang kemudian mendorong mereka untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tanpa pertimbangan terlebih dahulu. Perilaku seperti ini apabila telah menjadi kebiasaan, akibatnya akan memicu timbulnya perilaku konsumtif dalam gaya hidup mereka.⁹²

Berdasarkan penjelasan tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Manado dengan nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,581 atau sekitar 58,1%, artinya variabel independen (Gaya Hidup) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif) yakni sebesar 58,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut disebabkan oleh fakta bahwa gaya hidup mahasiswa IAIN Manado berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka, yang mana terdapat 17 item pernyataan dari 26 item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai validitas yang tinggi dengan rentang nilai 0,816 hingga 0,949.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Shintya Novita Sari pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di UIN SUSKA Riau” yang memperoleh hasil yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif dan besarnya pengaruh variabel X (gaya hidup) terhadap variabel Y (perilaku konsumtif) sebesar 12,7%, artinya lebih rendah dari hasil yang didapatkan dalam penelitian ini.⁹³ Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Clara Pebiana Naibaho dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Pengguna Shopee di Kota Medan”, dimana hasil dari penelitian yang dilakukan Clara menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 56,4%.

⁹² Clara Pebiana Naibaho, ‘Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Pengguna Shopee Di Kota Medan’, *Repository UHN*, 2022 <<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8172>> [accessed 5 May 2023].

⁹³ Sari.

Hal tersebut menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel X (gaya hidup terhadap variabel Y (perilaku konsumtif) dalam penelitian sebelumnya masih lebih rendah jika dibandingkan dengan besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini yakni sebesar 58,1%.⁹⁴ Perbedaan tersebut tentunya bisa disebabkan oleh berbagai macam faktor, seperti kepribadian, persepsi, keluarga, lingkungan sekitar dan lain sebagainya.

Pada dasarnya ekonomi Islam bertujuan membantu manusia untuk memperoleh kesejahteraan dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat, seperti dalam Qs. Al-Jumu'ah (62) ayat ke-10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahnya:

*“Jika telah dilaksanakan shalat, maka bertebarlah kalian di muka bumi; carilah karunia dari Allah; dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kalian beruntung.”*⁹⁵

Makna dari ayat tersebut yaitu sebagai perintah untuk mencari karunia berupa rezeki dari Allah, jika telah melaksanakan salat dan perbanyak berzikir kepada Allah supaya memperoleh keberuntungan di dunia dan akhirat.⁹⁶ Sedangkan terkait tindakan konsumsi dalam Islam adalah perwujudan fungsi kemanusiaan dan rasa syukur sebagai hamba Allah SWT dalam mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat.⁹⁷

Ketentuan mengonsumsi sesuatu dalam Islam sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan As-sunnah, yakni dengan sederhana, seimbang, layak, dan tidak berlebih-lebihan (*israf*) atau boros serta tidak kikir dengan

⁹⁴ Naibaho.

⁹⁵ Departemen Agama Republik Indonesia.

⁹⁶ Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-Jumu'ah Ayat 10'.

⁹⁷ Sitompul, Daulay, and Ichsan.

kekayaan atau harta yang dimiliki, baik untuk diri sendiri, keluarga maupun untuk orang lain sebagai perbuatan amal kebaikan.⁹⁸ Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-An'am (6) ayat ke-141:

كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿١٤١﴾

Terjemahnya:

“Makanlah buahnya, jika buah tersebut berbuah, dan tunaikanlah hak atas hasil dari memetik buah tersebut dengan membayar zakat dan bersedekah kepada fakir miskin; namun janganlah kalian berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka dengan orang yang berlebihan.”⁹⁹

Ayat tersebut menjelaskan terkait perintah untuk memakan buah yang baik dan perintah untuk mengeluarkan zakat atas hasil dari buah tersebut serta melakukan sedekah kepada fakir miskin. Ayat tersebut juga menjelaskan untuk tidak bersikap berlebihan, karena bisa membahayakan diri sendiri serta akan mengurangi hak dari orang miskin. Dan Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.¹⁰⁰

Menurut penjelasan Arif dalam Rohayedi dan Maulina, Islam sejatinya tidak melarang seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, selama barang dan jasa yang dikonsumsi halal dan dikonsumsi secara wajar atau tidak berlebihan. Setiap pemenuhan kebutuhan dan keinginan dibolehkan, asalkan dapat menambah *maslahah* (kebaikan) atau tidak mendatangkan *kemudharatan*.¹⁰¹

⁹⁸ Hasan.

⁹⁹ Departemen Agama Republik Indonesia.

¹⁰⁰ Shihab, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-An 'aam Ayat 141'.

¹⁰¹ Rohayedi and Maulina.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selama kurang lebih 2 bulan kepada mahasiswa IAIN Manado dengan memberikan kuesioner penelitian tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, maka penulis menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Manado. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,707 > t$ tabel 1,996, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Yang berarti variable X (Gaya hidup) berpengaruh terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif). Kemudian berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (*R Square*) dari tabel Model Summary adalah 0,581 atau sekitar 58,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar 58,1%. Dan sisanya 41,9% ($100-58,1 = 41,9$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dari penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, khususnya untuk mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar bisa lebih bijak sebagai pelaku ekonomi supaya bisa lebih mengutamakan kebutuhan sebagai prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.
2. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk dimanfaatkan sebagai acuan bagi penelitian mendatang, selain dari referensi-referensi lain seperti buku atau jurnal dan bisa dijadikan sebagai dokumentasi perpustakaan dalam kajian ilmu ekonomi syari'ah.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan fenomena yang sama, diharapkan dapat mengembangkan dengan menambah variabel lain diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta menggunakan sampel penelitian pada masyarakat sehingga subjek penelitiannya lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif' (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), p. 248
- Abdullah, Muhamad Nur Fani, and Imam Sukwatus Suja'i, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif', *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 8.2 (2022) <<https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>>
- Adiputra, Riyan, and Clara Moningga, 'Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal', *Psibernetika*, 5.2 (2012), 77–90
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas, 'Metode Penelitian Kuantitatif', in *Google Books* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), p. 78
- Alam, S., 'Ekonomi', Jilid 1 (Jakarta: ESIS, 2006), pp. 4–6
- Alifiyah, Rachma Dewi, 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian Pada Mahasiswa' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017)
- Andrian, Putra Christophorus Indra Wahyu, Jumawan, and Nursal M. Fadhli, *Perilaku Konsumen*, ed. by Iye Risman and Widyawaty Eka Deviani (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022)
- Anggraini, Misi, and Rozalinda, 'Pengaruh Influencer, Follower Instagram Dan Youtuber Dalam Jual Beli Baju Bekas Branded', *Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, VIII.2 (2022), 187–205
- Ayesha, Ivonne, Mayang Bundo, M. Zaky Mubarak Lubis, Afriyanti, Sufyati HS, Yuni Mariani Manik, and others, *Ekonomi Mikro Islam*, ed. by Ari Yanto and Diana Purnama (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Azuar, Juliandi, Irfan, Manurung Saprihal, and Satriawaan Bambang, *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*, ed. by Franita Riska (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016)
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lantana Lestari, 2010)
- Dewi, Fransisca Iriani Roesmala, 'Intervensi Kemampuan Regulasi Diri - Google Books', *Penerbit Andi*, 2021, p. 121 <https://www.google.co.id/books/edition/Intervensi_Kemampuan_Regulasi_Diri/CfpJEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1> [accessed 18 May 2023]

- Dewi, Wayan Weda Asmara, Nufian Febriani, Nia Ashton Destrity, Dian Tamitiadini, Azizun Kurnia Illahi, Wifka Rahma Syauki, and others, *Teori Perilaku Konsumen* (Malang: Universitas Brawijaya, 2022)
- Fandy, Tjiptono, and Diana Anastasia, *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*, ed. by Anastasia Diana, 1st edn (Yogyakarta: ANDI, 2020)
- Fatmawati, Noor, 'Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop', *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29.1 (2020), 29–38
<<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>>
- 'FEBI IAIN MANADO – Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam' <<http://febi.iain-manado.ac.id/>> [accessed 9 March 2023]
- Fenti, Hikmawati, 'Metodologi Penelitian' (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2020), IV, 38
- Fitri, Normiasari, 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019)
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, and others, 'Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif', in *Google Books*, ed. by AK Husnu Abadi, A.Md. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2022), VOL. 1, 362–65
- Haryono, Siswoyo, *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen* (Yogyakarta: LP3M UMY, 2020)
- Hasan, Dony Burhan Noor, *Tafsir Ayat-Ayat Iqtishady*, ed. by Moh. Afandi (Jakarta: Duta Media Publishing, 2018)
- Hasyim, 'Understanding the Consumer Behavior Theories', *Consumer Behavior*, Ebn 962, 2000, 0–24
- Humris, Razmy, *Memahami Motif Dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang Dalam Bisnis Perbankan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014)
- 'IAIN Manado - Kampus Multikultural' <<http://iain-manado.ac.id/>> [accessed 8 March 2023]
- Iqbal, Muh.Ibnu, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado, {Iqbal2020Pengaruh*, 2020, 1

- Izzaturrahim, Bintang Fauzan, Khambali, and Adang Muhammad Tsaury, 'Implikasi Pendidikan Q . S . Al-Isra Ayat 26-27 Tentang Larangan Tabdzir Terhadap Upaya Menghindari Perilaku Mubazir', *Prosiding Pendidikan Agama Islam*, 6.17 (2020), 36–39
- Juliandi, Azuar, Irfan, and Saprihal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*, ed. by Fahrizal Zulkarnain (Medan: UMSU PRESS, 2014)
- 'KBBI Daring' <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya_hidup> [accessed 6 January 2023]
- Kurniawan, Chandra, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa', *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13.4 (2017), 107–18 <<https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709>>
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina, 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2.2 (2017), 1–6 <<https://doi.org/10.29210/3003210000>>
- Lindratno, Nilla Evangelistha Ndaru, and Muhammad Anasrulloh, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House)', *Jurnal Economina*, 1.2 (2022), 272–84 <<https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.43>>
- Lupiana, Feri, and Robby Andika Kusumajaya, 'E-Commerce Consumer Behavior and Shopping Culture During the Covid-19 Pandemic', *Manajemen*, 1.2 (2021), 198–203 <<https://doi.org/10.51903/imk.v1i2.102>>
- Muklis, H., and Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam*, ed. by Safira Diah Febrianti (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020)
- Naibaho, Clara Pebiana, 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Pengguna Shopee Di Kota Medan', *Repository UHN*, 2022 <<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8172>> [accessed 5 May 2023]
- Nuryadi, Astuti Tutut Dewi, Utami Endang Sri, and Budiantara M, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017), v
- Pamudyarini, Retno Andri, 'Pengaruh Inovasi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Fashion Berkelanjutan Di Era Society 5.0', 21.1 (2020), 1–8
- 'Pengertian Gaya Hidup, Jenis, Indikator, Dan Faktornya'

<<https://dosensosiologi.com/gaya-hidup/>> [accessed 19 May 2023]

- Pujiastuti, Sri, Haryo Tamtomo, and Suparno, *IPS TERPADU Untuk SMP Dan MTS Kelas VII : - Jilid 1B*, ed. by Ricky Genggor (Jakarta: Erlangga, 2006)
- Ridwan, Murtadho, and Irsad Andriyanto, 'Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim', *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11.2 (2019), 273–84 <<https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.4927>>
- Ripki, Ahmad Jauhari Hamid, 'Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi Kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta', 2014
- Rohayedi, Eddy, and Maulina, 'Konsumerisme Dalam Perspektif Islam', *Transformatif*, 4.1 (2020), 31–48 <<https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>>
- Rosyidah, Umi, and Lailatul Mas 'Udah, 'Larangan Berlebih-Lebihan Dalam Al-Qur ' an', *Journal of Quranic Studies and Islamic Communication*, 02 (2022), 138–62
- Sa'adah, Lailatus, *Statistik Inferensial*, ed. by Zulfikar (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021)
- Sandu, Sitoyo, and Sodik Ali, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)
- Sari, Shintya Novita, 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.', 26.2 (2021) <<http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>>
- Sedarmayanti, Rusilowati Umi, and Sunarsi Denok, *Knowledge Management*, ed. by Dewi Maharani (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021)
- Shihab, Muhammad Quraish, 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-An 'aam Ayat 141', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-an-aam/6-141/>> [accessed 6 February 2023]
- , 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al-Jumu'ah Ayat 10', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-jumuah/62-10/>> [accessed 6 February 2023]
- , 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al Furqaan (25): 67', *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-furqaan/25-67/>> [accessed 7 January 2023]
- , 'Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17): 26', *Risalah Muslim*

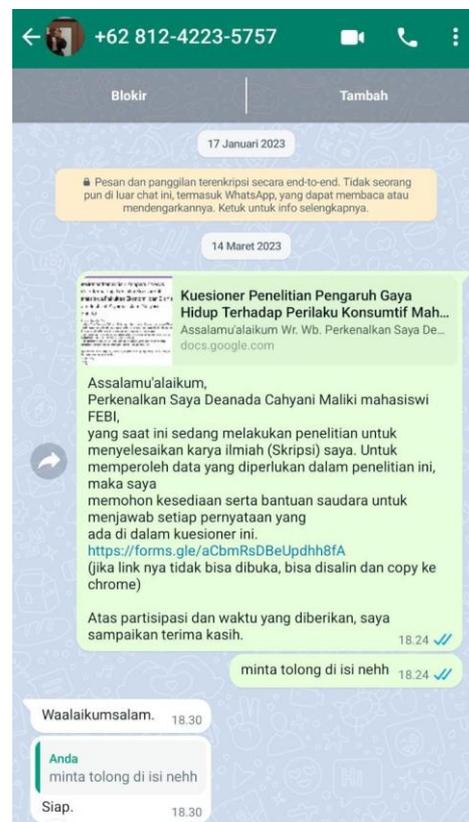
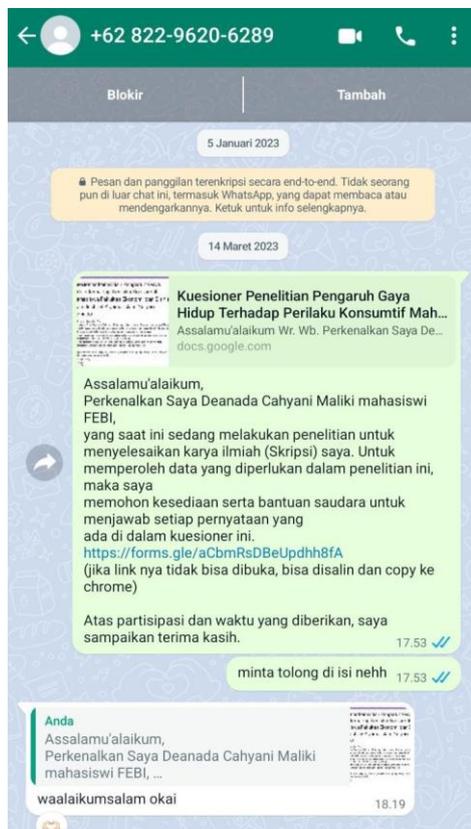
- <<https://risalahmuslim.id/quran/al-israa/17-26/>> [accessed 7 January 2023]
- , ‘Tafsir Al-Mishbah QS. Al Israa (17): 27’, *Risalah Muslim* <<https://risalahmuslim.id/quran/al-israa/17-27/>> [accessed 7 January 2023]
- Sitompul, Saleh, Safrul Daulay, and Raza Nurul Ichsan, *Konsep Dasar Penerapan Ekonomi Menurut Perspektif Islam*, ed. by Lukman Nasution (Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, 2020)
- Sukendra, I Komang. I Kadek Surya Atmaja, *Instrumen Penelitian*, ed. by Fiktorius Teddy (Pontianak: Mahameru Press, 2020)
- Sumarwan, Ujang, *Riset Pemasaran Dan Konsumen*, ed. by Baihaqi Hans, Hana Yuki, Elviana, and Komalasari Putri (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018)
- Suparmoko, *Ekonomi 1*, ed. by Tim Quadra (Jakarta: Yudhistira, 2007)
- ‘Uji Validitas Dan Reliabilitas’ <<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/>> [accessed 13 March 2023]
- Ulfa, Hanifah Fitria, ‘Pengaruh Kelas Sosial Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Shopee Di Ponorogo’, in *Ekonomi Dan Bisnis* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), p. 124
- Vebiyanti, Berliana, and Dwi Prastiyo Hadi, ‘Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang’, *Jurnal Spirit Edukasia*, 02.01 (2022), 121–28
- ‘Visi Dan Misi Tahun 2030 – FEBI IAIN MANADO’ <<http://febi.iain-manado.ac.id/index.php/visi-misi-dan-tujuan/>> [accessed 9 March 2023]
- Wahidah, Nurul, Herkulana, and Achmadi, ‘Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan’, *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3.6 (2014), 1–12
- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah, and Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, ed. by Nasrudian Moh. (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021)
- Wibowo, Arif, ‘Tujuan Ekonomi Dan Keuangan Islam’, *Jurnal Islamic Finance*, 2012, 1–9
<<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=vtVCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ekonomi&ots=mL64TtSLkf&sig=vA8mD6-V5YJIHODCwj9YVJZkbG4>>
- Widana, Wayan, and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*, ed. by Fiktorius

Teddy (Pontianak: KLIK MEDIA, 2020)

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

Pembagian Kuesioner Secara Offline dan Online



Kuesioner Penelitian Google Form

Kuesioner Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado - Google Formulir

https://docs.google.com/forms/d/1ZprNRdq-rvTxKWb-JgaLUIMr300-7xoUezOGymVs/edit

Kuesioner Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Pertanyaan Jawaban 40 Setelan

Kuesioner Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan Saya Deanada Cahyani Maliki mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Manado, yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) saya. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka saya memohon kesediaan serta bantuan saudara untuk menjawab setiap pernyataan yang ada di dalam kuesioner ini. Informasi atau data yang diperoleh bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk penelitian ini. Atas partisipasi dan waktu yang diberikan, saya sampaikan terima kasih.

Petunjuk: Berilah tanda (•) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda, dengan pemilihan jawaban sebagai berikut.

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Kuesioner Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado - Google Formulir

https://docs.google.com/forms/d/1ZprNRdq-rvTxKWb-JgaLUIMr300-7xoUezOGymVs/edit#responses

Kuesioner Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 40 Setelan

40 jawaban [Link ke Spreadsheet](#)

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama

40 jawaban

Irsyad basan

Rafli Timbolu

Salsabila Aliyah Idris

ASRI SARWINDAH SARI

Siti Nurhaliza suma (yourbestieluvv)

37	3	4	3	2	1	2	3	3	21
38	3	2	2	3	2	1	3	3	19
39	5	4	5	4	5	4	4	5	36
40	5	3	3	3	3	2	4	5	28
41	4	4	3	3	3	2	5	3	27
42	3	3	4	3	3	1	2	3	22
43	4	3	3	3	1	3	2	3	22
44	3	4	3	2	5	3	4	4	28
45	5	5	4	3	2	3	4	4	30
46	5	4	3	4	3	3	4	4	30
47	5	3	4	2	3	3	3	3	26
48	4	3	3	3	4	2	2	5	26
49	5	3	3	4	2	2	4	3	26
50	3	4	3	3	4	4	3	3	27
51	4	4	3	4	3	1	3	3	25
52	5	4	3	4	3	2	4	4	29
53	5	4	4	5	4	4	4	4	34
54	4	3	2	3	2	1	3	2	20
55	4	4	3	3	2	1	2	2	21
56	4	4	4	3	3	3	4	4	29
57	3	3	3	2	4	4	3	3	25
58	3	3	4	3	2	3	3	4	25
59	3	3	3	3	3	3	4	4	26
60	3	5	2	5	3	3	5	5	31
61	3	4	2	3	4	2	4	4	26
62	3	4	2	5	5	3	4	5	31
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	3	3	3	5	2	3	3	27
65	4	3	3	3	2	2	4	4	25
66	5	5	4	5	4	3	4	4	34
67	4	3	3	3	1	1	3	4	22
68	4	3	3	3	2	2	4	4	25
69	4	4	4	4	3	3	4	5	31
70	3	5	4	5	5	3	5	5	35

TABULASI DATA UNTUK VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No.	Perilaku Konsumtif (Y)																		Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	
1	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	62
2	4	4	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	4	68
3	3	4	3	4	3	2	1	5	3	3	3	1	4	4	3	3	3	1	53
4	4	3	3	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	44
5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
6	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
7	3	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	49
8	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
10	5	1	4	3	1	1	1	4	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	32
11	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	84
12	3	2	4	2	1	2	2	3	4	3	2	1	3	3	1	1	1	1	39
13	3	3	4	5	5	2	2	3	3	3	1	1	2	2	3	3	1	1	47
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
15	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	57
16	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	40
17	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	24
18	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	1	1	1	3	4	2	1	1	46
19	2	3	3	4	2	1	1	3	2	3	1	1	1	3	3	1	2	1	37
20	2	3	4	3	2	2	1	4	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	42
21	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	2	3	5	4	4	5	3	62
22	4	1	4	2	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	33
23	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
24	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	46
25	1	2	5	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	4	1	29
26	4	3	3	4	3	1	1	3	2	3	1	1	4	3	1	1	2	1	41
27	4	3	3	4	2	1	3	5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	54
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
29	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
30	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	25
31	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	49
32	4	3	5	4	2	1	2	5	4	4	3	2	3	5	1	1	3	3	55
33	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	23
34	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	36
35	4	4	4	5	4	3	2	4	4	5	2	2	4	3	3	3	3	3	62
36	3	3	3	4	1	1	2	2	2	3	1	1	1	3	2	2	3	1	38
37	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	1	4	3	2	3	1	1	44

38	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	3	3	3	1	36
39	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	70
40	4	4	5	3	4	2	3	4	3	5	2	2	4	4	4	3	4	2	62
41	3	2	4	4	2	1	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	48
42	4	3	3	3	2	1	2	3	3	3	1	1	4	4	1	1	1	1	41
43	3	3	4	3	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2	4	3	42
44	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	51
45	5	3	5	5	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	66
46	3	3	5	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	54
47	4	4	5	5	3	2	2	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	60
48	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	50
49	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	47
50	3	3	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	1	1	2	3	37
51	5	3	3	4	1	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	1	1	43
52	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	45
53	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	71
54	4	3	3	4	3	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	39
55	4	3	3	4	4	1	2	4	5	4	1	1	2	2	2	2	2	2	48
56	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	59
57	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	62
58	4	3	4	4	2	2	2	3	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	52
59	4	3	4	4	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	48
60	5	5	5	3	4	3	3	2	2	5	2	2	4	4	4	2	4	2	61
61	3	3	3	3	4	2	2	1	3	3	1	2	4	3	2	1	3	3	46
62	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	3	1	3	5	5	3	5	3	70
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
64	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
65	3	2	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	55
66	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	3	3	2	2	57
67	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3	1	1	44
68	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	3	2	2	2	43
69	4	4	4	5	5	2	5	5	3	4	3	2	5	5	4	3	4	3	70
70	5	5	5	3	5	3	3	3	3	4	2	2	5	5	4	3	4	2	66

Tabel Uji Validitas Output SPSS Untuk Variabel Gaya Hidup (X)

		Correlations								
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	Xtotal
X.1	Pearson Correlation	1	.604**	.417*	.237	.094	.371*	.432*	.187	.531**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.022	.207	.621	.044	.017	.324	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.2	Pearson Correlation	.604**	1	.464**	.520**	.306	.591**	.535**	.354	.731**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.010	.003	.100	<.001	.002	.055	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.3	Pearson Correlation	.417*	.464**	1	.673**	.353	.748**	.546**	.701**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.022	.010		<.001	.056	<.001	.002	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.4	Pearson Correlation	.237	.520**	.673**	1	.492**	.685**	.644**	.511**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.207	.003	<.001		.006	<.001	<.001	.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.5	Pearson Correlation	.094	.306	.353	.492**	1	.438*	.317	.524**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.621	.100	.056	.006		.016	.087	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.6	Pearson Correlation	.371*	.591**	.748**	.685**	.438*	1	.498**	.581**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.044	<.001	<.001	<.001	.016		.005	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.7	Pearson Correlation	.432*	.535**	.546**	.644**	.317	.498**	1	.589**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.017	.002	.002	<.001	.087	.005		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X.8	Pearson Correlation	.187	.354	.701**	.511**	.524**	.581**	.589**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.324	.055	<.001	.004	.003	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Xtotal	Pearson Correlation	.531**	.731**	.825**	.821**	.611**	.834**	.780**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Tabel Uji Validitas Output SPSS Untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations																		
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Ytotal
Y.1	Pearson Correlation	1	.465**	.180	.632**	.532**	.434*	.552**	.589**	.438*	.550**	.498**	.457**	.540**	.445**	.479**	.538**	.320	.454*	.603**
	Sig. (2-tailed)		.010	.342	<.001	.002	.018	.002	<.001	.016	.001	.005	.011	.002	.014	.007	.002	.085	.012	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.465**	1	.276	.728**	.818**	.709**	.587**	.720**	.729**	.776**	.759**	.659**	.844**	.769**	.709**	.779**	.697**	.650**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.010		.139	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.180	.276	1	.171	.425	.432	.481**	.370	.397	.371	.407	.398	.254	.310	.367	.394	.312	.300	.448*
	Sig. (2-tailed)	.342	.139		.366	.019	.017	.007	.044	.030	.043	.026	.029	.176	.095	.046	.031	.090	.107	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.632**	.728**	.171	1	.808**	.635**	.588**	.665**	.644**	.699**	.581**	.542**	.685**	.653**	.766**	.710**	.475**	.590**	.773**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.366		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.532**	.818**	.425	.808**	1	.775**	.730**	.611**	.724**	.803**	.705**	.647**	.727**	.674**	.817**	.850**	.565**	.628**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.019	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.434*	.709**	.432*	.635**	.775**	1	.870**	.619**	.851**	.801**	.843**	.828**	.736**	.823**	.801**	.860**	.729**	.864**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.016	<.001	.017	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.552**	.587**	.481**	.588**	.730**	.870**	1	.575**	.820**	.807**	.847**	.878**	.847**	.675**	.824**	.850**	.662**	.846**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.007	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.589**	.720**	.370*	.665**	.811**	.819**	.575**	1	.668**	.624**	.661**	.546**	.656**	.799**	.606**	.659**	.580**	.557**	.769**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.044	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.438*	.729**	.397*	.644**	.724**	.851**	.820**	.698**	1	.785**	.852**	.781**	.778**	.787**	.714**	.770**	.588**	.749**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.016	<.001	.030	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.559**	.776**	.371*	.699**	.803**	.801**	.807**	.624**	.785**	1	.815**	.803**	.802**	.734**	.822**	.849**	.707**	.779**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.043	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.11	Pearson Correlation	.498**	.759**	.407*	.581**	.795**	.843**	.847**	.661**	.852**	.815**	1	.900**	.837**	.769**	.778**	.904**	.817**	.887**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	.026	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.12	Pearson Correlation	.457**	.659**	.398*	.542**	.647**	.828**	.878**	.546**	.781**	.803**	.906**	1	.737**	.641**	.703**	.822**	.763**	.917**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.011	<.001	.029	.002	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.13	Pearson Correlation	.540**	.844**	.254	.685**	.727**	.736**	.647**	.656**	.778**	.802**	.837**	.737**	1	.778**	.652**	.803**	.712**	.756**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.176	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.14	Pearson Correlation	.445**	.769**	.310	.653**	.674**	.823**	.675**	.799**	.787**	.734**	.769**	.641**	.778**	1	.710**	.746**	.776**	.722**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.014	<.001	.095	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.15	Pearson Correlation	.479**	.709**	.367*	.766**	.817**	.801**	.824**	.608**	.714**	.822**	.778**	.703**	.852**	.710**	1	.913**	.702**	.769**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.007	<.001	.046	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.16	Pearson Correlation	.538**	.779**	.394**	.710**	.850**	.860**	.850**	.659**	.770**	.849**	.904**	.822**	.803**	.746**	.913**	1	.813**	.876**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.031	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.17	Pearson Correlation	.320	.697**	.312	.475**	.565**	.729**	.662**	.580**	.588**	.707**	.817**	.763**	.712**	.776**	.702**	.813**	1	.855**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.085	<.001	.093	.008	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.18	Pearson Correlation	.454*	.650**	.300	.590**	.626**	.864**	.846**	.557**	.749**	.779**	.887**	.917**	.756**	.722**	.769**	.876**	.855**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.012	<.001	.107	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ytotal	Pearson Correlation	.603**	.847**	.446**	.773**	.855**	.912**	.886**	.769**	.876**	.903**	.931**	.875**	.867**	.858**	.881**	.949**	.816**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.013	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Tabel Uji Reliabilitas Output SPSS Variabel Gaya Hidup (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	8

Tabel Uji Reliabilitas Output SPSS Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.974	18

Tabel Uji Normalitas Data Output SPSS**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		70	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	10.16769464	
Most Extreme Differences	Absolute	.098	
	Positive	.063	
	Negative	-.098	
Test Statistic		.098	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.095	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.091	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.084
		Upper Bound	.099

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Tabel Uji Linearitas Data Output SPSS

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif* Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	11701.611	21	557.220	5.031	<.001
		Linearity	9884.927	1	9884.927	89.243	<.001
		Deviation from Linearity	1816.684	20	90.834	.820	.679
	Within Groups	5316.675	48	110.764			
	Total	17018.286	69				

Tabel Uji Heterokedastisitas Output SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.090E-16	6.003		.000	1.000
	Gaya Hidup	.000	.217	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel Uji Regresi Linear Sederhana Output SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.333	6.003		-.888	.377
	Gaya Hidup	2.104	.217	.762	9.707	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel Uji Koefisien Determinasi R² (R Square) Output SPSS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.575	10.24218

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telepon / Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B- 12 /In.25/F.IV/TL.00.1/02/2023

22 Februari 2023

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth:

.....

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Deananda Cahyani Maliki
 NIM : 19.4.1.126
 Semester : VIII(delapan)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **"Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Manado "** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si
2. Chadijah Haris, M.M

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan februari s/d April 2023.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PLH Dekan,



Ridwan
 Ridwan Jamal, S.Ag, M.HI
 NIP:196512311998031008

Tembusan:

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Tlp./Fax (0431) 860616 Manado 95128

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 588 /In.25/F.IV/PP.00.9/06/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
Jabatan : Dekan FEBI IAIN Manado

Dengan ini menerangkan nama Deananda Cahyani Maliki NIM:19.4.1.126 Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Manado benar telah telah melaksanakan penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai sejak bulan Februari s/d April 2023 dengan Judul Penelitian "**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri IAIN Manado** "

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan seperlunya.

Manado, 27 Juni 2023



Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
NIP: 197803242006042003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Deananda Cahyani Maliki
Nim : 19.4.1.126
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Tempat, Tanggal Lahir : Manado, 17 Maret 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
E-mail : deanandamaliki@gmail.com
Alamat : Jl. W. R. Supratman (Komo Dalam)

Riwayat Pendidikan

2006-2007 : TK *Islamic Center* Manado
2007-2013 : SD Negeri 14 Manado
2013-2016 : SMP Negeri 1 Manado
2016-2019 : SMA Negeri 1 Manado
2019-2023 : Institut Agama Islam Negeri Manado