

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren An Nuriyah

An-Nuriyah merupakan sebuah nama Pondok Pesantren yang cukup di kenal diantara pesantren di wilayah Wonocolo. Pondok Pesantren ini terletak di Wonocolo Utara Gg. V No. 18 Kecamatan Wonocolo Surabaya, pesantren putri tersebut didirikan pada tahun 1990 oleh Buya Moh. Fathoni dan Ibu Hj. Ainur Rohmah.

Pada mulanya Pondok An-Nuriyah adalah sebuah rumah sederhana yang di belakangnya terdapat tempat yang terbuat dari bambu dan ditempati dua orang mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Pemanfaatan tempat itu pada tahun 1974 dimulai dari pelaksanaan kegiatan pendidikan dan bagi warga sekitar Wonocolo baik dari pengajaran anak-anak, remaja hingga dewasa dalam bentuk mengajarkan ayat-ayat suci al-Qur'an dengan tujuan agar generasi Islam terbentuk menjadi generasi Qur'ani.

Lambat laun tempat yang sederhana itu menunjukkan perkembangan yang menggembirakan dari sisi makin semaraknya masyarakat terutama anak-anak yang berniat menuntut ilmu agama dan

mengaji (belajar kitab suci al-Qur'an). Tidak terbatas bagi masyarakat sekitar Wonocolo melainkan juga bagi masyarakat Jemurwonosari dan Margorejo.

Pesatnya santri yang mengaji yang diasuh oleh Abuya Mas Moh. Fathoni dan isterinya Nyai Hj. Ainur Rohmah merupakan rintisan ke arah terbentuknya sebuah pondok pesantren. Akan tetapi hanya angan-angan bagi Buya Moh. Fathoni untuk mendirikan pondok pesantren, karena tidak adanya biaya yang dipakai untuk mendirikan tempat penampungan bagi santri yang ingin bermukim. Dengan bantuan yang diberikan oleh seorang dermawan (Hj. Madaniyah bersaudara), tempat itu dikembangkan oleh Buya Moh. Fathoni dengan memberikan beberapa bilik untuk menampung para santri yang ingin mengabdikan dan membantu pelaksanaan kegiatan pengajaran al-Qur'an atau mengaji.

Tepat pada tahun 1985, bangunan pondok ini mulai ditempati beberapa mahasiswa yang kuliah di UIN Sunan Ampel Surabaya. Selain hanya sekedar berdomisili di dalamnya Buya Moh. Fathoni mengajarkan untuk melaksanakan kegiatan mengaji seperti Khotmil Qur'an, mengaji Diniyah dengan mengajarkan beberapa kitab seperti *Safinah*, *Fiqih*, *Dzurrotun Nashihin*, dan lain sebagainya yang diasuh oleh beliau sendiri dengan tujuan "mewujudkan sumber pendidikan, pengajaran, dan penyiaran Islam yang seluas-luasnya, dengan dasar cita-citanya memancarkan pendidikan tentang Islam sehingga pondok

ini dapat mengeluarkan lulusan yang cakap dan luas serta tinggi kefahamannya tentang agama Islam, taat beribadah, berbakti, dan beramal kepada masyarakat berdasarkan taqwa, sehingga menjadi anggota masyarakat yang berilmu, beramal, dan bertaqwa".

Kemampuan Abuya Moh. Fathoni dan Ibu Hj. Ainur Rohmah tidaklah terbatas dalam mengenai masalah pendidikan dan pengajaran dalam pondok pesantren, melainkan juga terlibat dalam memperhatikan tentang perubahan sosial yang berlangsung di sekitar Wonocolo. Karena beliau eksis di bidang keagamaan, atas dasar itulah mereka meyakini predikat Kyai dan Nyai yang mumpuni karena keterampilannya di bidang mengajar, mendidik, dan berdakwah terhadap masyarakat. Selain itu Buya Moh. Fathoni adalah salah satu putra Kyai Zubeir yang cukup tersohor di wilayah Wonocolo dan sekitarnya. Sehingga secara tidak langsung nama KH. Zubeir sangat berpengaruh terhadap peran Buya Moh. Fathoni dan Ibu Hj. Ainur Rohmah sebagai penerus perjuangan orang tua.

Setelah Buya Moh. Fathoni meninggal tahun 1992, tampuk kepemimpinannya dipegang oleh isteri beliau Nyai Hj. Ainur Rohmah dengan dibantu putra sulungnya yang bernama H. Agus Fahmi. Di bawah asuhan keduanya ini pendidikan dan pengajaran mengalami kemajuan dengan pembaharuan-pembaharuan di dalamnya. Tepat pada tahun 1994 tempat ini dibangun menjadi sebuah pondok pesantren di atas tanah yang berukuran luas 6 x 8 m, dengan bangunan bertingkat

empat yang terbagi atas dapur dan kamar mandi, musholla, kamar, dan jemuran.

Seiring dengan perkembangan pondok pesantren ini, jumlah santri yang ingin bermukim semakin bertambah. Terbukti pada tahun 1996 jumlah santri telah mencapai lima puluh ditambah beberapa santri yang tidak bermukim didalam pondok. Dalam tradisi pesantren dikenal adanya dua kelompok santri. Mereka adalah "Santri Mukim" dan "Santri Kalong". Santri Mukim adalah santri yang berasal dari daerah yang jauh dan menetap di pesantren. Sedangkan Santri Kalong adalah murid atau para santri yang berasal dari daerah sekitar pesantren, yang tidak menetap di pesantren.

Pada tahun 1997 sistem kepengurusan pondok pesantren mulai terbentuk dibawah pimpinan Amin Khomsah selaku ketua pondok periode tahun 1997 – 1998. Beliau melakukan berbagai perubahan-perubahan dan perkembangan-perkembangan baik tentang struktur organisasi, manajemen, ekonomi, sistem pendidikan, dan lain sebagainya. Sehingga sejak tahun 1999 pondok pesantren ini tercatat sebagai yayasan pondok putri An-Nuriyah pada akte notaris : Untung Darno Soewirjo SH. No. LX/07/1999.

Dan dalam perkembangannya, pondok pesantren putri An-Nuriyah tidak hanya menjadi tempat kegiatan bagi para santri tetapi merupakan tempat kegiatan keagamaan atau pengajian rutin bagi ibu-

ibu (Jam'iyah Dirosatil Qur'an) seperti Manaqib, Istighosah, dan Jam'iyah Bida'. Yang diikuti sebagian besar warga Wonocolo dan sekitarnya.

Pada tahun 2005, pondok pesantren putri An-Nuriyah melaksanakan pembangunan lokasi baru tepatnya di bagian utara pondok lama. Tanah tersebut dulu merupakan musholla (langgar) yang pernah dijadikan sebagai tempat pengajian/peribadatan alm. KH. Abdul Hamid dan alm. KH. Zubeir, dimana beliau merupakan sesepuh Wonocolo.

Lokasi yang berukuran luas 7.30 x 26 m, yang terdiri dari 3 (tiga) lantai dengan bentuk bangunan yang lebih modern adalah sumbangsih dari beberapa donatur diantaranya ; alm. H. Mugiyanto, Bapak H. Bambang DH. (Walikota Surabaya 2006-2010), Ibu Dra. Hj. Khofifah Indar Parawansah, Ibu Hj. Nurul Qomariyah, Ibu Liem King Lie (Alim), Bapak Samsul Hadi, Jam'iyah Dirosatil Qur'an, dan beberapa santri Ibu Nyai Hj. Ainur Rohmah di wilayah Surabaya dan sekitarnya (pengajian rutin/bulan) dimana pembangunan pondok tersebut menghabiskan biaya sekitar Rp. 600 juta.

Dengan meluasnya bangunan, pondok pesantren putri An-Nuriyah hingga saat ini tepatnya tahun 2014 telah menampung santri yang bermukim sekitar 260 santri. Dengan dibantu oleh beberapa santri lama diantaranya ; Ustadzah Ni'mah, Ustadzah Fatimah, Neng

Elli, dan Mbak Faridah, kegiatan dalam pondok pesantren menjadi lebih terkoordinasi dan berupaya memperluas kiprah pondok di dalam maupun di luar lingkungan pesantren. Karena peran mereka selain sebagai pengawas sekaligus penanggung jawab dalam pondok pesantren.

Adapun kegiatan belajar mengajar di dalam pondok pesantren dilakukan sehari tiga kali yakni pada waktu bakda Subuh (sesudah jama'ah dan wiridan Subuh), bakda Asar, dan bakda Isya' (sesudah jama'ah dan wiridan shalat Maghrib, dan jama'ah shalat Isya'). Dengan dibantu sekitar 15 dewan *Asatidz Asatidzah* yang mengajarkan beberapa kitab, di antaranya ; *Bidayatul Hidayah, Attibyan, Nahwu Sharaf, Tajwid, Gharib* dan lain sebagainya.¹

2. Letak Geografis

Pondok pesantren putri An-Nuriyah merupakan salah satu pondok yang terletak di Wonocolo, dekat jalan raya Margorejo dan Giant. Dan tidak seberapa jauh dari kampus Sunan UIN Sunan Ampel Surabaya, sehingga para mahasiswa dapat berjalan kaki tanpa menggunakan alat transportasi dan sangat strategi bagi para mahasiswa yang berkeinginan untuk mondok. Adapun batas-batas pondok pesantren, antara lain²:

¹ Dokumentasi pondok pesantren putri an-Nuriyah

² Dokumentasi pondok pesantren putri an-Nuriyah

- a. Sebelah Utara, menuju jalan raya Margorejo dan perumahan penduduk.
- b. Sebelah Selatan, Wonocolo Utara Gang K. H. Zubair.
- c. Sebelah Timur, Wonocolo Utara Gang IV.
- d. Sebelah Barat, kelurahan Kranggan dan persimpangan menuju jalan Raya Ahmad Yani.

3. Fasilitas Dalam Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah

- a. Perpustakaan

Diadakan perpustakaan ini bertujuan untuk melengkapi sarana berbagai macam buku, baik tentang pengetahuan umum maupun pengetahuan agama itu sendiri. Perpustakaan berguna untuk meningkatkan wacana para santri pondok tersebut tentang bagaimana cara berperilaku yang baik, menghormati guru dan pengetahuan-pengetahuan lain yang dapat menunjang kreativitas dalam belajar.

- b. Kotak P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan)

Diadakan P3K ini bertujuan untuk memberikan pengobatan secara langsung pada para santri ketika mengalami sakit mendadak dengan tujuan meringankan beban sakit.

- c. Kesenian

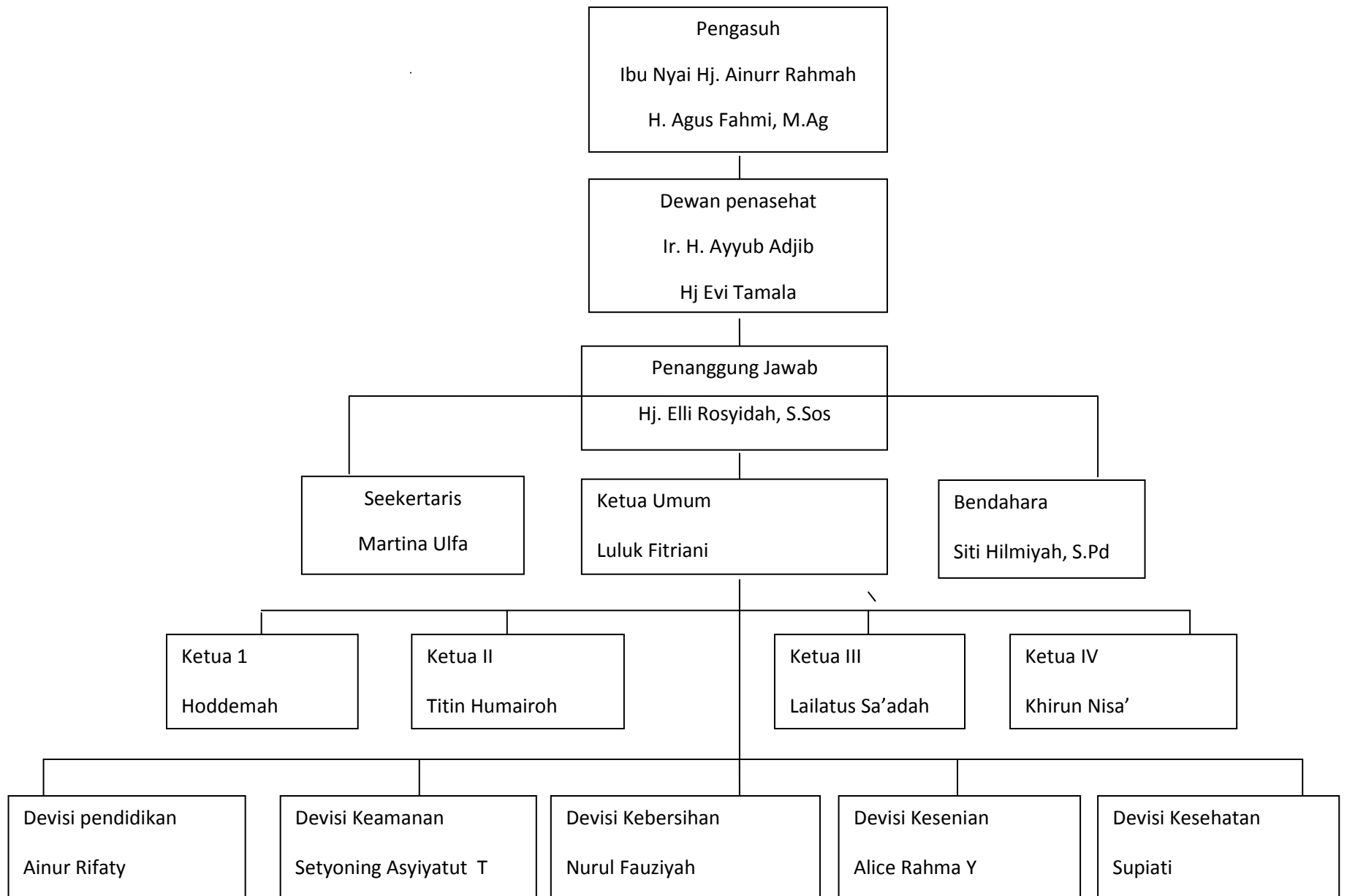
Kesenian dimaksud di sini adalah alat musik rebana, yang bertujuan untuk menggerakkan dan meningkatkan kemampuan kreativitas berseni baik berupa membunyikan music rebana dan menyanyi dengan dilantungkannya irama melayu, jawa, Indonesia bahkan padang pasir dibawah asuhan Ustadz Amin Lubis.

d. Koperasi

Koperasi merupakan komponen yang dominasi. Artinya, keberadaan koperasi di samping sebagai sarana pemenuhan kebutuhan bagi santri maupun pengasuh bahkan masyarakat yang ada di sekitarnya, maka koperasi juga sebagai wahana pendidikan kemandirian. Koperasi yang dikelola langsung oleh para santri berindikasi adanya gerakan menumbuhkan pemikiran ekonomi dan menciptakan kemampuan keterampilan bagi warga pondok pesantren An-Nuriyah.³

³ *Wawancara*, Luluk Fitriani, Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah, 12, April, 2014.

4. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren An-Nuriyah



Dalam sistem pendidikan, pondok pesantren An Nuriyah menerapkan sistem pendidikan informal yang mengkombinasikan kajian-kajian kitab salaf dan modern dengan unsur pendidikan Islam yang meliputi⁴:

a. Pengajian al Qur'an, dibawah bimbingan:

- 1) K.H. Basori Alwi (Pengasuh Singosari Malang)
- 2) Ustadz Muzayyin, S. Ag (Guru besar Al Falah)
- 3) Ustadz Muzammil, S. Ag (Dewan asatidz Al Hikmah)
- 4) Ustadzah Syarifah, S. Ag (Qiroatul Qur'an)

b. Pengajian kitab kuning, dibawah bimbingan:

- 1) Ibu Nyai Hj. Ainur Rahmah (*Washiyatul Musthofa, Risalatus Safiyah, Fadhoilus Sholah, Fadhoilul A'mal, Lubabul Hadist*)
- 2) Ustadz H. Agus Fahmi, M. Ag (Ta'limul Muta'allim)
- 3) Ustadz Dr. Khoirul Anwar, M. Ei (*Mutammimah/nahwu, Shorof, bidayatul Hidayah*)
- 4) Ustadzah Fathim (*Sa'adatul Az-zaujaini*)

Tabel 4:2
Jadwal Pengajian Pondok Pesantren An Nuriyah

NO	HARI	BA'DA SHUBUHI	BA'DA ASHAR	BA'DA ISYA'
01	SENIN	Bunda cantik	Ustadzah Fathim	Gus Inaz

⁴ Wawancara, Rifaty Elham, yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah, 12 April 2014.

		<i>Dirosah Yaumiyah</i>	(Group Syiwali)	<i>Tasawuf</i>
02	SELASA	Bunda cantik <i>Dirosah Yaumiyah</i>	Ustazdah Fathim Group Intan	Ustadz Anwar (<i>Nahwu dan Shorof</i>)
03	RABU	Bunda canti <i>Dirosah Yaumiyah</i>	Ustazdah Fathim Grou Mawar	Gus Fahmi (<i>Nashaihu Ibad</i>)
04	KAMIS	Bunda Cantik <i>Dirosah Yaumiyah</i>	Ziarah qubur	Gus fahmi (<i>Risalatul Mu'awanah</i>)
05	JUM'AT	Khotmil Qur'an	Ustazdah Fathim <i>Group Melati</i>	Ustad Muzammil (<i>Al-Qur'an</i>)
06	SABTU	Usatd Anwar <i>Muhtarul Al-Hadist</i>	Ustazdah Syarifah Qiroatul qur'an bittaghonni	Pendidikan dan Kesenian
07	AHAD	<i>Senam pagi</i>	Kesenian Rebana	Nenk atik (<i>hafalan Al-Quran dan hikmah yang bearada dalam al-Qur'an</i>)

Tabel 4:1Jadwal Pengajian Pondok Pesantren An Nuriyah

- setiap awal bulan hari sabtu : KH. Bashori Alwi
- setiap awal bulan hari selasa : Ustadz Muzzayyin

4. Bentuk-bentuk Aktivitas di pondok pesantren An Nuriyah

Aktivitas merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan yang dilaksanakan dengan tujuan mengisi jiwa anak asuh agar memiliki perilaku yang baik. Bila diberikan pola asuh yang baik seperti jiwanya terisi dengan nilai-nilai agama islam, diharapkan anak asuh mampu meningkatkan ketakwaan kepada Allah swt. Dan mau melakukan kewajiban terhadap lingkungannya.

Adapun bentuk-bentuk aktivitas di Pondok Pesantren An-Nuriyah antara lain:

a) Shalat Berjama'ah

Shalat berjama'ah dilakukan setiap waktu shalat yang dipimpin oleh pengasuh Pondok Pesantren An-Nuriyah. Kegiatan ini diarahkan untuk melatih santri agar disiplin dalam menjalankan shalat yang akhirnya akan berpengaruh pada setiap aktivitasnya masing-masing, diharapkan juga di mana pun mereka berada atau tanpa pengawasan dari pengasuh mereka tetap melaksanakan shalat lebih-lebih berjama'ah. karena dalam pelajaran ibadah shalat telah mencakup aspek-aspek jasmani dan rohani, di samping dapat pula mengajarkan kepada santri agar sebagai hamba Allah tidak boleh angkuh terhadap sesama umat, sebab manusia adalah sama di hadapan Allah swt.

b) Istighatsah dan Wiridan

Kegiatan istighatsah ini setiap hari, setelah shalat *maghrib* sampai waktu *isya'*, dan ada waktu subuh bersama-sama sampai menjelang waktu pagi.

c) *Tashih al-Qur'an*

Tashih al-Qur'an ini dilaksanakan setiap awal bulan minggu pertama hari jumat yang dipimpin langsung oleh KH. Basori Alwi dari PIQ Singosari Malang bersama santri-santrinya. Kemudian *Tashih al-*

Qur'an yang dilakukan satu minggu satu kali yang dipimpin oleh Ustadz Muzammil dari Al-Hikmah.

d) Ceramah Agama

Ceramah agama dilaksanakan setiap hari setelah sholat subuh berjama'ah yang dikenal dengan siraman rohani atau kultum (kuliah tujuh menit), penceramahnya adalah pengasuhnya sendiri yaitu Ibu Nyai Hj. Ainur Rohmah yang materinya beraneka ragam, termasuk tauhid, syariah, akhlak dan tentang kebersihan baik itu kebersihan pondok maupun kebersihan diri sendiri.

Tidak seperti para pengajar lainnya, Ibu Nyai Hj. Ainur Rohmah dalam menyampaikan risalah dakwah terhadap para santrinya di Pondok Pesantren An-Nuriyah, mempunyai keunikan dalam menggunakan metode pembinaan. Bermula dari pesan yang disampaikan Nyai Hj. Ainur Rohmah kepada santrinya. Ketika baru masuk dalam lingkungan pondok tersebut, bahwa beliau adalah ibu atau orang tua dari para santri dan bukan sebagai ibu Nyai atau menjadi orang yang biasanya ditakuti oleh santri, kata beliau : *aku iki ibukmu ndunyo akhirat* “ (Aku ini ibukmu dunia akhirat). Sehingga dalam menyampaikan ajarannya beliau menekankan penyampaian dalam bentuk nasehat seperti orang tua menasehati anaknya.

Dalam mengajar beberapa kitab yang dikenal sebagai dirasul *yaumiyah* oleh Nyai Hj. Ainur Rohmah, disesuaikan dengan situasi atau

kondisi yang berlaku saat itu ketika memasuki bulan Ramadhan beliau lebih menekankan terhadap ajaran-ajaran yang berhubungan dengan puasa di bulan Ramadhan, dengan menggunakan beberapa kitab, seperti *Risalatussiyam*, *Fadhailussaum*, *Durrotun Nasihin*, *Fadhailusalah*, dan beberapa kutipan dari kitab-kitab yang lain yang berhubungan dengan masalah puasa di bulan Ramadhan.

Begitu pula dengan pada waktu-waktu tertentu yang di dalamnya termasuk bulan yang dimuliakan oleh Allah yang dikenal dengan *Arba'atul Khurum*, yaitu pada bulan Dzul Hijjah, Muharrom, dan Rajab. Beliau lebih banyak menguraikan ajaran-ajaran yang di dalamnya mengandung beberapa keutamaan ibadah pada bulan tersebut.

Sedangkan pada hari-hari biasa, Nyai Hj. Ainur Rohmah menggunakan kitab *Risalatus Safiyah dan Wasiatul Musthafa* disamping kitab-kitab yang lain sebagai acuan untuk mengajarkan berbagai hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari baik kehidupan pribadi, kelompok dan masyarakat.

Dari berbagai ajaran yang disampaikan beliau di atas, bahwa menghatamkan atau menyelesaikan pada satu kitab tidak berdasarkan urutan sebagaimana mestinya, akan tetapi disesuaikan dengan kebutuhan pada saat itu berdasarkan kejadian-kejadian dan tindakan yang dilakukan para santri yang tidak sesuai dengan tuntutan yang diajarkan.

e) Silaturahmi ke Alim Ulama

Silaturahmi ke alim ulama dilakukan setiap tahun sekali ke para Kyai Sidosermo. Juga berziarah ke makam para wali yang sudah meninggal. Hal ini dimaksudkan agar anak mengetahui dan memahami ajaran-ajaran Islam dari para ulama secara langsung maupun belajar dari sejarah-sejarah tentang perjuangan para wali dalam menyebarkan ajaran Islam.

f) Silaturahmi ke rumah santri

Silaturahmi ke rumah santri dilakukan setiap bulan pada hari libur kuliah yaitu hari sabtu dan minggu. Tujuan dari silaturahmi kepada keluarga santri adalah untuk mempererat tali persaudaraan, panjang umur dan saling mengenal antara orang tua santri.⁵

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 78 responden, yaitu santri yang menggunakan *handphone*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuisisioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin pendapatan dari orang tua, dan lama menggunakan *handphone*.

⁵ *Wawancara*, Luluk Fitriani, Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah, 12, April, 2014.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	0	-
2	Perempuan	78	100%

Sumber: SPSS Terlampir

Karakteristik konsumen *handphone* BlackBerry berdasarkan jenis kelamin adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 100% perempuan menunjukkan bahwa anggota yayasan pondok pesantren putri An-nuriyah Surabaya didominasi oleh anggota berjenis kelamin perempuan karena tempat tersebut merupakan pesantren putri

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber dana

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1	Orang tua	64	49,92%
2	Kerja sendiri	4	3,12%
3	Beasiswa	10	7,8%
5	Beasiswa dan orang tua	-	-
Total		78	100%

Karakteristik santri yang menggunakan *handphone* Android berdasarkan sumber dananya, yaitu sebesar 49,92% masih dibiayai oleh orang tua, dilihat dari status konsumen yang masih mahasiswa dan santri, maka pada umumnya biaya hidup mereka masih ditanggung oleh orang tua. Selain itu, yang dibiayai dari hasil pendapatan sendiri/bekerja sebanyak 3,12% sedangkan sebanyak 7,8% konsumen menyatakan bahwa mereka memperoleh dana dari beasiswa. .

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan dana perbulan

No	Status marital	Jumlah	Presentase
1	<Rp 500.000	-	
2	Rp 500.0000- Rp 700.000	12	9,36%
3	700.000- Rp1.000.000	30	23,4%
4	> Rp 1.000.000	36	28,08%
Total		78	100%

Karakteristik mahasiswa yang menggunakan *handphone* Android berdasarkan pendapatan rata-rata per bulan dari orang tua adalah mayoritas memiliki pendapatan sebesar Rp - Rp 1.000.000 sebesar 28,08% dan minoritas memiliki pendapatan sebesar Rp 500.0000- Rp 700.000 sebesar 9,36%.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Merek *Handphone*

No	Status marital	Jumlah	Presentase
1	Samsung	50	39%
2	Sony	2	1,56%
3	Nokia	-	0%
4	Smarfren/merek cina	26	20,28%
Total		78	100%

Terlihat pada table 4.5 sebanyak 39% santri menggunakan *handphone* Android. Sisanya 20,28% menggunakan *Handphone* smatrfren dan merek cina, dan 1,56% menggunakan *handphone* Sony

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk

No	Status marital	Jumlah	Presentase
1	< 3 bulan	-	0%
2	\geq 3 bulan – 6 bulan	5	3,9%
3	\geq 6 bulan – 12 bulan	60	46,8%
4	\geq 1 tahun – 2 tahun	8	6,24%
5	> 2 tahun	5	3,9%

Karakteristik santri yang menggunakan *handphone* Android berdasarkan Lama Menggunakan Produk, didominasi oleh santri dengan lama menggunakan produk selama 6 bulan – 12 bulan. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, kurang dari 3 bulan sebesar 0%, 3 bulan – 6 bulan sebesar 3,9%%, 6 bulan – 12 bulan sebesar 46,8%, 1 tahun – 2 tahun sebesar 6,24 %, dan lebih besar 2 tahun sebesar 3,9%

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan penggunaan *Handpone*

No	Status marital	Jumlah	Presentase
1	1	46	35,88%
2	2	32	24,96%
3	3	-	0%
4	4	-	0%
Total		78	100%

Karakteristik mahasiswa yang menggunakan *handphone* Android berdasarkan penggunaan *Handpone*, mayoritas mahasiswa, yaitu sebesar 35,88% memiliki satu *handphone*, dan yang memiliki dua *handphone* sebanyak 24,96% yang Android buat sosial media *unlimited* sedangkan *handphone* satunya buat telpon dan sms.

Tabel 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Pulsa perbulan

No	Status marital	Jumlah	Presentase
1	< RP 50.000	27	21,06%
2	Rp 50.000 - Rp 75.000	30	23,4%
3	Rp 75.000 – Rp 100.000	17	13,26%
4	> Rp 100.000	4	3,12%
Total		78	100%

Karakteristik santri yang menggunakan *handphone* Android berdasarkan Pulsa perbulan untuk pulsa telpon dan *unlimited*, yaitu sebesar 21,06% menghabiskan pulsa kurang dari 50.000, Selain itu, menghabiskan uang pulsa perbulan 50.000 - Rp 75.000 sebanyak 23,4%, sedangkan 13,26% konsumen menyatakan bahwa menghabiskan pulsa Rp 75.000 – Rp 100.000 perbulan, sisanya 3,12% menyatakan bahwa santri menghabiskan uang untuk membeli pulsa sebanyak Rp 100.000.

C. Analisis data

1. Analisis Deskriptif

a. Perilaku Konsumtif

Tabel 4.10
Distribusi frekuensi indikator perilaku Konsumtif (X)

No	Ops Jawaban	Pernyataan 1		Pernyataan 2		Pernyataan 3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,6%	-	0%	2	2,6%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%	1	1,3%	5	6,4%
3.	Netral	3	3,8%	4	5,1%	1	1,3%
4.	Setuju	36	46,2%	40	51,3%	24	30,8%
5.	Sangat Setuju	36	46,2%	33	42,3%	46	59,0%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Pernyataan 1 tentang alasan membeli android bukan faktor kebutuhan akan tetapi karena teman sekelompok memakai Android jawaban respondent sebanyak 46,2% sangat setuju dengan alasan

tersebut dan sebanyak 46,2% juga menyetujui tentang pernyataan tersebut, 2,6% sangat tidak setuju tentang pernyataan pertama, sedangkan yang menjawab tidak setuju hanya 1,3% sisanya jawaban respondent 3,8 netral.

Pernyataan 2 tentang “Dengan memiliki handphone Android saya merasa nyaman lebih percaya diri dalam bersosialisasi dengan orang lain” sebanyak 51,3% setuju, 42,3% sangat setuju tentang pernyataan yang telah ditulis pada angket yang telah disebarakan kepada 78 santri. Sedangkan yang menjawab tidak setuju hanya 6,4% dan jawaban netral hanya satu orang saja yaitu 1,3%.

Adapun pernyataan yang ketiga yaitu “Saya membeli Android karena faktor kebutuhan dan manfaat yang ada di dalamnya” mayoritas konsumen 59,0% sangat setuju dengan pernyataan tersebut dengan alasan aplikasi yang terdapat di dalam Android menyediakan kebutuhan santri sekaligus mahasiswa bisa mengakses informasi kampus melalui *google* cukup mempunyai segenggam *handphone* Android santri bisa mengetahui informasi yang mereka inginkan tanpa harus pergi ke warnet.

Tabel 4.11

Distribusi frekuensi indikator perilaku Konsumtif (X)

No	Ops Jawaban	Pernyataan 4		Pernyataan 5		Pernyataan 6	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%	1	1,3%	-	0%
2.	Tidak Setuju	2	2,6%	1	1,3%	11	14,1%
3.	Netral	5	6,4%	4	5,1%	17	21,8%
4.	Setuju	33	42,3%	35	44,9%	31	39,7%
5.	Sangat Setuju	37	47,4%	37	47,4%	19	24,4%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Pernyataan 4.11 “Saya membeli Android karena keinginan dan mengikuti zaman” mayoritas para santri setuju dan sangat setuju tentang pernyataan di atas, hanya 1,3% dan 2,6% tidak setuju dengan pernyataan di atas, sedangkan yang menjawab netral hanya lima orang sisanya setuju dan sangat setuju karena Android di zaman sekarang sangat *trend* hampir di kalangan mereka memakai Android dengan alasan tidak ketinggalan zaman.

Pernyataan 5 “Saya membeli Android karena Android mempunyai banyak aplikasi” mayoritas sangat setuju dengan pernyataan di atas, Sebanyak 92% konsumen berpendapat bahwa Android mempunyai banyak aplikasi dengan memiliki *handphone* Android mereka akan dapat dengan mudah berkomunikasi baik dengan keluarga maupun teman.

Pernyataan yang ke 6 tentang “Saya membeli Android karena produk tersebut sedang *trend* dan agar tidak terlihat kuno di kalangan komunitasku” sebanyak 64,1% setuju dan sangat setuju mengenai

pernyataan tersebut karena kalangan mereka mahasiswa. Jadi menurut mereka *trend* sangat penting dan agar tidak terlihat kuno di kalangan temanya. Sedangkan sisanya para respondent tidak setuju dan netral tentang pernyataan di atas.

Tabel 4.12

Distribusi frekuensi indikator perilaku Konsumtif (X)

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 7		Pernyataan 8	
		Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	-	0%	-	0%
2.	Tidak Setuju	2	2,6%	1	1,3%
3.	Netral	8	10,3%	3	3,8%
4.	Setuju	27	34,6%	39	50,0%
5.	Sangat Setuju	41	52,6%	35	44,9%
Total		78	100%	78	100%

Pernyataan 7 dan 8 tentang saya tidak suka membeli barang-barang yang tidak perlu hanya supaya dianggap berbeda dengan orang lain” dan Saya mempertimbangkan terlebih dahulu apakah Android hanya sekedar keinginan sementara atau memang membutuhkannya”. Pernyataan ini merupakan pernyataan santri yang tidak berperilaku konsumtif mereka mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian hampir 90 % setuju dengan pernyataan di atas.

b. Keputusan Membeli (Y)

Tabel 4.13

Distribusi frekuensi indikator faktor keputusan membeli (Y)

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 1		Pernyataan 2		Pernyataan 3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	12	15,4%	1	1,3%	2	2,6%

2.	Tidak Setuju	17	21,8%	1	1,3%	1	1,3%
3.	Netral	12	15,4%	4	5,1%	3	3,8%
4.	Setuju	22	28,2%	35	51,3%	36	46,2%
5.	Sangat Setuju	15	19,2%	37	47,4%	36	46,2%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Pernyataan 1 faktor yang mempengaruhi adalah faktor keluarga, pengaruh yang disebabkan keluarga hanya sedikit, banyak dari para responden tidak setuju (21,8%), dan jawaban sangat tidak setuju (15,4%) tentang pernyataan di atas. Pernyataan 2 dan 3 faktor yang mempengaruhi karena adanya uang jajan yang lebih mereka melakukan pembelian apabila uang jajan perbulan sisa sebanyak (51,0%) setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan pengaruh iklan dan promosi juga mempengaruhi tapi persentasenya lebih sedikit dari persentase pengaruh uang jajan yang lebih. Selain itu karena mereka melihat teman sebayanya banyak yang menggunakan Android sehingga mereka lebih hemat dalam mengkonsumsi lainnya karena para santri lebih ingin membeli *handphone* Android

Tabel 4.14

Distribusi frekuensi indikator faktor keputusan membeli (Y)

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 4		Pernyataan 5		Pernyataan 6	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	-	0%	2	2,6%	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%	5	6,4%	2	2,6%
3.	Netral	4	5,1%	1	1,3%	5	6,4%
4.	Setuju	40	51,3%	24	30,8%	33	42,3%
5.	Sangat Setuju	33	42,3%	46	59,0%	37	47,4%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Pernyataan 4, 5 dan 6 pengaruh dari lingkungan, teman, dan globalisasi zaman dari ketiga tersebut yang mempunyai pengaruh yang sangat besar adalah pengaruh teman (59,0%), kemudian pengaruh lingkungan (51,3%) dan yang terakhir pengaruh dari globalisasi zaman sebanyak (47,4%)

Tabel 4.15
Distribusi frekuensi indikator faktor keputusan membeli (Y)

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 7		Pernyataan 8		Pernyataan 9	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,6%	-	0%	2	2,6%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%	1	1,3%	5	6,4%
3.	Netral	3	3,8%	4	5,1%	1	1,3%
4.	Setuju	36	46,2%	40	51,3%	24	30,8%
5.	Sangat Setuju	36	46,2%	33	42,3%	46	59,0%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Pernyataan 7 adalah pengaruh dari sosial media, pengaruh dari social media cukup tinggi melalui televisi dan browsur. Para santri bisa mengetahui *Handphone* keluaran terbaru akan tetapi pengaruh teman lebih signifikan dan lebih tinggi dari pada pengaruh sosial media.

Pernyataan 8 adalah “saya membeli *handphone* Android karena pengaruh teman” sebanyak 51,3% dan 42,3% santri dipengaruhi oleh teman/sahabat mereka. Pengaruh teman cukup signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian *handphone* Android khususnya mahasiswa dan santri. Hal ini dapat dimengerti karena status konsumen sebagai mahasiswa yang sebagian besar menghabiskan

waktu di kampus bersama rekan dan teman-temannya, sehingga teman menjadi sumber informasi yang paling dominan.

Sedangkan pernyataan 9 “Saya membeli *handphone* Android karena pengaruh fitur yang ada di dalam Android”. Semakin lengkap fitur yang ditawarkan, maka mahasiswa atau santri akan semakin tertarik untuk membeli. sebanyak 59,0% dan 30,8% setuju dan sangat setuju tentang pernyataan pengaruh fitur yang terdapat di Android tanpa memiliki Blackberry cukup menggunakan Android bisa memakai aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) dan aplikasi lainnya.

Tabel 4.16

Distribusi tahapan dalam melakukan keputusan pembelian

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 10		Pernyataan 11		Pernyataan 12	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%	1	1,3%	-	0%
2.	Tidak Setuju	2	2,6%	1	1,3%	11	14,1%
3.	Netral	5	6,4%	4	5,1%	17	21,8%
4.	Setuju	33	42,3%	35	44,9%	31	39,7%
5.	Sangat Setuju	37	47,4%	37	47,4%	19	24,4%
Total		78	100%	78	100%	78	100%

Tahapan pertama proses keputusan pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan akan produk tersebut. Pernyataan 10 dan 11 tentang pengenalan kebutuhan, Kebutuhan dikenali ketika adanya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan oleh konsumen dan untuk itu konsumen akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan mencari produk yang dapat mengatasi masalah yang mereka rasakan. Menurut santri 47,4% sangat setuju, 42,3% setuju

karena *Handphone* Android menyediakan kebutuhan mereka, sedangkan respondent yang menjawab sangat tidak setuju hanya 1,3%, tidak setuju sebanyak 2,6% dan jawaban netral sebanyak 6,4% Hasil tersebut menunjukkan bahwa Android menyediakan kebutuhan konsumen dan untuk mempermudah komunikasi dengan banyak teman.

Pernyataan 11 sebanyak 47,4% sangat setuju, 44,9% setuju, dengan alasan Kebutuhan terhadap *handphone* Android tinggi, sehingga santri melakukan pembelian. Sedangkan pernyataan 12 sebanyak 39,7% santri mendapatkan informasi tentang Handphone Android dari orang lain tanpa informasi media lainnya.

Tabel 4.17

Distribusi tahapan dalam melakukan keputusan pembelian

No	Opsi Jawaban	Pernyataan 13		Pernyataan 14		Pernyataan 15	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	-	0%	-	0%	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	2	2,6%	11	14,1%	1	1,3%
3.	Netral	8	10,3%	17	21,8%	4	5,1%
4.	Setuju	27	34,6%	31	39,7%	35	44,9 %
5.	Sangat Setuju	41	52,6%	19	24,4%	37	47,4%
Total		78	100%	78	78	100%	100%
No	Opsi Jawaban	Pernyataan 16		Pernyataan 17			
		Frek.	%	Frek.	%		
1.	Sangat Tidak Setuju	-	0%	-	0%		
2.	Tidak Setuju	11	14,1%	2	2,6%		
3.	Netral	17	21,8%	8	10,3%		
4.	Setuju	31	39,7%	27	34,6%		

5.	Sangat Setuju	19	24,4%	41	52,6%
Total		78	100%	78	100%
No	Opsi Jawaban	Pernyataan 18		Pernyataan 19	
		Frek.	%	Frek.	%
1.	Sangat Tidak Setuju	-	0%	5	6,4%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%	20	25,6%
3.	Netral	3	3,8%	11	14,1%
4.	Setuju	39	50,0%	26	33,3%
5.	Sangat Setuju	35	44,9%	16	20,5%
Total		78	100%	78	100%

Pernyataan 12 dan 13 pencarian informasi. Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Informasi yang dicari meliputi berbagai produk dan merek yang dianggap bisa memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhannya. Pencarian informasi ini diharapkan akan memberi pengetahuan tentang produk secara lengkap sehingga dapat menghasilkan keputusan yang tepat pula. Adapun tentang pencarian informasi sebanyak 52,6% dan 34,6% akan mencari informasi lebih lanjut mengenai *handphone* Android agar mendapatkan *handphone* yang diinginkan, hanya 2,6% para konsumen yang tidak mencari informasi lebih lanjut tentang *handphone* yang mereka inginkan

Pernyataan 14 dan 15 tentang evaluasi alternatif dilakukan oleh konsumen jika mereka telah memiliki informasi yang cukup tentang hal-hal yang berhubungan dengan produk yang akan dibelinya. dari 78 respondent yang menjadi alternatif pilihan santri sebanyak 74% Android menjadi pilihan alternatif mereka. para santri akan mencari

alternatif lain jika *handphone* yang mereka inginkan tidak ada di toko yang mereka kunjungi

Pernyataan 16 dan 17 tentang keputusan pembelian, keputusan pembelian adalah proses pembelian. Setelah konsumen memiliki berbagai alternatif mengenai produk yang dibutuhkan maka keputusan pembelian dapat dilakukan. Pada proses pengambilan keputusan, konsumen mengambil keputusan mengenai siapa yang paling mempengaruhi dalam pembelian, bagaimana cara memutuskan pembelian dan dimana melakukan pembelian. Jawaban respondent 11% tidak setuju, 17% ragu-ragu, 31% setuju dan 19 sangat setuju terdorong untuk melakukan pembelian *handphone* Android sedangkan untuk keyakinan dengan keputusan pembelian Android hampir 52,6% sangat setuju, 34,6 setuju tentang keputusan pembelian Android

Adapun pernyataan 18 dan 19 tentang pasca pembelian 80% para santri puas terhadap *handphone* Android yang mereka beli. Sedangkan jawaban respondent yang tidak setuju atau tidak puas terhadap *handphone* Android sebanyak 25,6% dengan alasan *loading* lama

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan (kecermatan) suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau

tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05. Adapun ketentuan suatu item dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid.⁶

1. Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Tabel 4.18
Uji Validitas Indikator Perilaku Konsumtif

Item	A	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,05	0,607	0,223	Valid
Item 2	0,05	0,412	0,223	Valid
Item 3	0,05	0,544	0,223	Valid
Item 4	0,05	0,454	0,223	Valid
Item 5	0,05	0,417	0,223	Valid
Item 6	0,05	0,378	0,223	Valid
Item 7	0,05	0,467	0,223	Valid
Item 8	0,05	0,450	0,223	Valid

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel perilaku konsumtif diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil r_{hitung} pada indikator variabel perilaku konsumtif diperoleh melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,223 sehingga dengan demikian masing-masing indikator

⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 135.

pada variabel perilaku konsumtif dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

2. Variabel Keputusan Membeli

Tabel 4.19
Indikator Variabel Keputusan Membeli

Item	A	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,05	0,591	0,223	Valid
Item 2	0,05	0,368	0,223	Valid
Item 3	0,05	0,495	0,223	Valid
Item 4	0,05	0,468	0,223	Valid
Item 5	0,05	0,432	0,223	Valid
Item 6	0,05	0,354	0,223	Valid
Item 7	0,05	0,437	0,223	Valid
Item 8	0,05	0,451	0,223	Valid
Item 9	0,05	0,355	0,223	Valid
Item 10	0,05	0,432	0,223	Valid
Item 11	0,05	0,591	0,223	Valid
Item 12	0,05	0,368	0,223	Valid
Item 13	0,05	0,495	0,223	Valid
Item 14	0,05	0,468	0,223	Valid
Item 15	0,05	0,432	0,223	Valid
Item 16	0,05	0,354	0,223	Valid
Item 17	0,05	0,437	0,223	Valid
Item 18	0,05	0,451	0,223	Valid
Item 19	0,05	0,228	0,223	Valid

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel keputusan membeli diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil r_{hitung} pada indikator variabel keputusan membeli diperoleh melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,223 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel perilaku konsumtif dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.20

Uji Reliabilitas Indikator Variabel

No	Indikator	Nilai r alpha	Standarisasi	Keterangan
1	Budaya Konsumtif	0,477	0,223	Reliabel
2	Keputusan Membeli	0,731	0,223	Reliabel

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel diatas, tampak bahwa nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel menunjukkan angka yang melebihi dari 0,226. Hal ini berarti semua variabel penelitian ini adalah reliabel sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel perilaku konsumtif dan keputusan membeli dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya

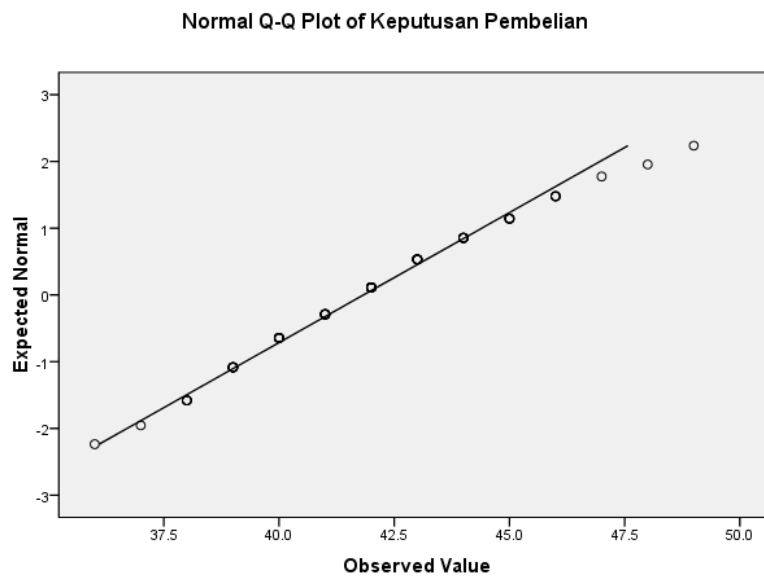
3. Analisis Kuantitatif

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, cara yang digunakan untuk

menguji data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini yaitu dengan cara melihat kurva normal Q-Q Plot.⁷ Berikut hasil uji normalitas.

Gambar 4.22
Kurva Normal Q-Q Plot



Dari hasil uji normalitas data diatas menunjukkan kedua variabel berdistribusi normal, karena sudah terlihat bahwa titik menyebar disekitar garis diagonal, seagkan penyebarannya tidak terlalu jauh dan tidak terlalu melebar. Berarti dari grafik diatas menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan

⁷ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Medi Kom, 2013), 53.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan antara satu variable independen (X) dengan variabel dependen (Y) dengan tujuan untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dan dependen berpengaruh negatif, mengalami kenaikan atau penurunan.⁸ Dengan dibantu program SPSS V.21 proses penghitungannya dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.23

Hasil Model Regresi Linier Sederhana

Model	Koefisien Regresi
Konstanta	3,950
Budaya Konsumtif (X)	2,202

Sumber: SPSS V.21

Maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 3.950 + 2.202X$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

- 1) Nilai konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 3,950, hal ini menunjukkan bahwa besarnya keputusan dalam membeli Android (Y) adalah 3,950. Jika variabel budaya

⁸ Duwi Priyatno, *statistical Product and Service Solution*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 66.

konsumtif (X) adalah konstan maka tidak akan ada keputusan membeli.

- 2) Koefesien regresi pada variabel budaya konsumtif (X) adalah positif yaitu sebesar 2,202 artinya bahwa setiap peningkatan naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 2,202

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji simultan bertujuan untuk menguji apakah antara variable budaya konsumtif (X) berpengaruh secara simultan terhadap variable keputusan membeli (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.24

ANNOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3371.119	1	3371.119	938.140	.000 ^b
Residual	273.099	76	3.593		
Total	3644.218	77			

Berdasarkan tabel hasil uji F di atas nilai F_{hitung} yang dihasilkan sebesar 938.140 dengan p-value (sig) sebesar 0,000 kurang dari 5%, hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh budaya konsumtif (X) secara simultan mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri An-nuriyah Surabaya.

b. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁹ Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.25
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.950	2.469		1.599	.114
Budaya Konsumtif	2.202	.072	.962	30.629	.000

Berdasarkan tabel hasil uji T di atas nilai T_{hitung} yang dihasilkan sebesar 30,629 dengan p-value (sig) sebesar 0,000 karena p-value atau tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 5% (sig=0,000) hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh budaya konsumtif (X) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri An-nuriyah Surabaya.

⁹Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Malang Press, 2011), 181.

Sedangkan model regresi linier sederhana yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif memiliki nilai koefisien regresi yang positif yang berarti bahwa semakin tinggi santri berperilaku konsumtif maka keputusan untuk membeli Android semakin tinggi.

Sedangkan Hasil uji secara simultan yang dilihat dari uji F yaitu variabel perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan membeli. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian *Handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri An-Nuriyah Surabaya