BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Dari pendahuluan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka konsep teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumen

a. Perilaku konsumen

Perilaku Konsumen adalah perilaku yang ditunjukan dalam mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan menentukan produk, jasa, dan gagasan[1], sedangkan menurut Mowen perilaku konsumen merupakan sebuah proses dan unit pengambilan keputusan yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan membuang barang, jasa, pengalaman, dan ide-ide.[2] Menurut Loudon & Bitta perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik individu yang terlibat dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau membuang barang dan jasa.[3] Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut dimana didalamnya

---

[1] Schiffman, L. & Kanuk, L. L. perilaku konsumen edisi terjemahan, (Jakarta : PT. Indeks, 2007).
[2] Mowen, john C. dan Michael S. Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 221.
[3] Loudon, D.L.; Bitta, A.J. "Consumer Behavior Concept and Application". 4th ed, (Singapore: McGraw Hill,1993).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.[4]

Berdasarkan dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan konsumen dalam mencapai dan memenuhi kebutuhannya termasuk proses pengambilan keputusan yang ditunjukkan berupa perilaku atau aktivitas fisik yang terlibat dalam mencari, membeli atau mendapatkan, menggunakan, menilai, dan membuang produk, jasa, dan gagasan.[5]

Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan prilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut :

1). Nilai guna (utility) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2). Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari *income* konsumen dan ketersediaan barang dipasar.

3). Kecenderungan Konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.[6]

---

[4] Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi Offsite, 2013). 9.
[5] Meike Yalinda Wati, "Faktor yang Mendorong Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Surabaya", Jurnal Kajian Moral dan Pendidikan, Vol. 01 No. 04 Tahun 2016, 109.
[6] Abdul Muntholib, "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam", Attanwir Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan Vol. 01, No. 01, (April 2012), 1-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Perilaku Konsumtif

Kata konsumtif sering diartikan sama dengan kata konsumerisme. padahal kata konsumerisme mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen, yaitu suatu pergerakan konsumen untuk membela atau meminta perlakuan adil dalam menghadapi pengusaha dan sebaliknya.[7] Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.[8] konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.[9]

Arti kata konsumtif (*consumtive*) adalah boros atau perilaku yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti luas konsumtif adalah berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah- mewah.[10]

Perilaku konsumtif merupakan sebuah fenomena yang di pengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebiasaan, adat istiadat, gaya hidup, agama, dan sumber

---

[7] Tini Hadad, *Reformasi Politik Kebangkitan Agama dan konsumerisme*. (Yogyakarta: DIAN INTERFIDIE, 2000). 162.

[8] Ikhwani Ratna, "Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau", Jurnal marwah**,** Vol. XIV No. 2 (Desember 2015), 205.

[9] Tambunan, "Remaja dan Perilaku Konsumtif". Jurnal Psikologi 2001 dalam Tirtarahardja, Umar dkk. *Pengantar Pendidikan*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005).

[10] Anggi Meila sari, "Perilaku Konsumtif pada Anggota Hijjabers Semarang", Jurnal Psikologi Uneversitas Diponegoro, (November 2015), 251-261.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daya.[11] Menurut triyaningsih adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.[12] Perilaku seseorang individu sebagai konsumen yang bertindak secara emosional tanpa didasarkan perencanaan dan kebutuhan melainkan hanya karena suatu pemuasan pemenuhan keinginan akan suatu produk yang dianggap menarik kemudian melakukan pembelian disebut perilaku konsumtif.[13]

Perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor psikologis dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang serta jasa yang didasarkan pada pengalaman untuk memuaskan kebutuhan semata.[14] Sabirin dalam Triyaningsih memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.[15] Sependapat dengan pengertian tersebut, menurut Suyasa dan Fransisca perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.[16] Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku konsumtif adalah tindakan mengkonsumsi segala

---

[11] Muhammad Akram Khan, *Ajaran Nabi Muhammad SAW tentang Ekonomi* (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia dan Institut of policy studied Islamabad, 1997), 89.
[12] Triyaningsih. "Dampak *Online* Marketing Melalui *Facebook* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat". Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.11, 2011 : 172-177.
[13] Handoko. Manajemen Pemasaran *: Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama.* (Yogyakarta : BPFE, 2000)
[14] Wuri Yuliati, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Kartu ATM", Jurnal FISIP UNS, (September 2008), 16.
[15] Triyaningsih, 175.
[16] Suyasa, Tommy Y.S. dan Fransisca, "Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran", Jurnal Phronesis, 2005, hal 177-178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuatu yang mengacu pada keinginan dan kesenangan semata, tanpa melihat tingkat urgenitas.

Pada masyarakat abad-21 yang materialistis, identitas dipengaruhi oleh pemahaman simbolik atas barang-barang yang dimilikinya. Kepemilikan materi pun juga menempatkan orang lain dalam lingkungan sosial material. Terlebih lagi kepemilikan materi memberi informasi kepada seseorang tentang identitas orang lain. Perilaku konsumtif masyarakat muslim dapat dikatakan terbentuk akibat dari nilai-nilai kebudayaan pop yang merefleksikan gaya hidup industrial kapitalis yang sering ditampilkan media massa atau iklan.[17]

Teknologi juga mempunyai peran besar dalam proses pembentukan masyarakat ke arah konsumtif. Semua alat konsumsi baru seperti kartu kredit salah satunya, dapat dipahami sebagai teknologi yang meledak-ledak. Bukanlah teknologi yang menciptakan segala sesuatu yang baru, tetapi teknologilah yang memperbolehkan kita mengambil apa yang kita inginkan dan pengusaha menginginkan kita untuk mengkonsumsi.[18]

Tanda-tanda sesorang yang mengalami perilaku konsumtif yaitu :

1). *Impulsive,* merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan di tempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum

[17] Yuliati, Perilaku Konsumtif, 18.
[18] Ritzer, George, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002). 388.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memutuskan untuk membeli. 2). *Non-Rational* yaitu perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. 3). *Wasteful* yaitu menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.[19]

Dharmessta menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu :[20]

1). Hadirnya iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Widiastuti berpendapat Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional.

2). Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

---

[19] Engel. J.F; Blackwell. R.D; Miniard. P.W. *Perilaku Konsumen.* Edisi Keenam. Jilid 2. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994)

[20] Dharmmesta, S,B. dan Handoko, H.T. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen.* Ed-1. (Yogyakarta: BPFE, 2000).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3). Gaya hidup

Menurut Chaney munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

Lina & Rosyid menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu :[21]

1). Faktor Eksternal yang meliputi :

a). Kebudayaan dan kebudayaan khusus

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia yang diciptakan oleh masyarakat tertentu dan diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur perilaku anggotanya.

b). Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, memegang nilai-nilai, mempunyai minat, dan menampilkan perilaku yang mirip. Menurut Engel, Blackwell, Miniard kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.[22] Kelas sosial menunjukkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

c). Kelompok sosial dan kelompok referensi

---

[21] Lina, H. (1997). "Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri", Jurnal Psikologika. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
[22] Engel, Perilaku konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Interaksi seseorang didalam kelompok sosial akan berpengaruh terhadap pendapat dan seleranya.

2). Faktor Internal yang meliputi :

a). Motivasi dan harga diri

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian. Sears berpendapat bahwa harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Seseorang yang harga dirinya rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada seseorang yang harga dirinya tinggi.

b). Pengamatan dan proses belajar

Sebelum seseorang membeli produk, seseorang akan mendasarkan pengamatannya terhadap produk tersebut. Jika produk tersebut sesuai maka seseorang tidak akan segan membelinya. Howard dan Weth menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan konsumen juga merupakan suatu rangkaian proses belajar.

c). Kepribadian dan konsep diri.

Konsep diri seseorang juga berpengaruh terhadap perilaku membeli. Seseorang yang memandang dirinya secara negatif cenderung berperilaku konsumtif untuk menaikkan citra dirinya. Setiap orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli.[23]

c. Perilaku Konsumen dalam Islam

Islam mengajarkan bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Hal ini tidak didapati dalam perilaku konsumen konvensional. Seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi, yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagian lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah.[24] Setiap kegiatan yang berbentuk belanja sehari-hari merupakan ibadah atas nama Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, tidak tamak, dan tidak berlebihan.[25]

Perilaku Konsumsi dalam perspektif Islam mengajarkan tentang cara berkonsumsi dengan benar sesuai ajaran Al-Qur'an maupun hadits sehingga mampu memberikan petunjuk yang jelas tentang konsumsi, agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah.[26] Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Islam akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.[27]

Kemudian, pada kajian perilaku konsumen dalam ilmu ekonomi konvensional tidak didapati kehadiran saluran penyeimbang kebutuhan atau

---

[23] Indah Pratiwi, Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebays dan Kontrol diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion Olshop pada Mahasiswa. E-journal jurusan pendidikan Ekonomi Vol.09 No.01 2017, 3.
[24] Muntholib, Perlaku konsumen dalam islam, 6.
[25] Muhammad muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006). 4.
[26] Hidayat, 2010, 229.
[27] Elsa Sophia, "Perilaku Konsumsi komunitas Pengajian Al-Ikhlas Rungkut Surabaya". Jurnal JESTT Vol. 1 No. 10 (Oktober 2014). 696.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disebut dengan saluran konsumsi sosial dimana Al-Quran mengajarkan umat islam agar menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, sedekah dan infaq.[28] sebagaimana diisyaratkan dalam firman-Nya:

وَٱلَّذِينَ يَبۡتَغُونَ ٱلۡكِتَٰبَ مِمَّا مَلَكَتۡ أَيۡمَٰنُكُمۡ فَكَاتِبُوهُمۡ إِنۡ عَلِمۡتُمۡ فِيهِمۡ خَيۡرٗاۖ

"…. Dan berikanlah kepada mereka sebagian dari harta Allah yang dikaruniakan-Nya kepadamu" (Qs. al-Nur [24]:33).

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Dalam ekonomi islam. Kepuasan konsumsi seorang muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakan.[29] Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.[30]

Dalam ajaran Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dengan peran keimanan, hal ini menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan sudut pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta sekaligus juga

[28] Muflih, Perilaku konsumen, 6.
[29] Munthalib, Perilaku Konsumen dalam Islam, 7.
[30] Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam", Jurnal DINAR, Vol. 1 No. 2 (Januari 2015), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memotivasi pemanfaatan pendapatan untuk hal-hal yang baik dan efektif.[31] Dalam hal ini ada beberapa asumsi yang bisa digunakan untuk menjelaskan fenomena itu. *Pertama*, ketika keimanan berada pada tingkat yang baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi oleh tiga motif utama, yaitu: *maṣlahah*, kebutuhan, dan kewajiban. *Kedua*, ketika keimanan berada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak hanya didominasi oleh tiga hal tadi tapi juga dipengaruhi oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis. *Ketiga*, ketika keimanan berada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*); ego, keinginan, dan rasionalisme.[32]

Batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana diurai dalam Al-Quran surat Al- Baqarah :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨ إِنَّمَا يَأۡمُرُكُم بِٱلسُّوٓءِ وَٱلۡفَحۡشَآءِ وَأَن تَقُولُواْ عَلَى ٱللَّهِ مَا لَا تَعۡلَمُونَ ١٦٩

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”(168).

[31]Munthalib, perilaku, 12.
[32] Muhammad Akram Khan, ‘The Role of Government in the Economy”, The American Journal of Islamic Social Sciences, vol. 14, no. 2 (1997),157.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui"(169).

Konsumen Islam selalu berpedoman pada ajaran islam dan menggunakan konsep *maṣlahah* dimana terkandung unsur yang terdiri dari manfaat dan berkah, serta unsur spiritual halal dan haram[33] termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, sehat, tidak menjijikkan, begitu pula batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Selain itu, pelarangan isrāf atau berlebih-lebihan dan larangan bermegah-megahan juga termasuk batasan konsumsi dalam syariah.[34]

Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, disebut dalam islam dengan istilah isrāf (pemborosan) atau tabzir (menghabur-hamburkan harta tanpa guna).[35] Perilaku isrāf diharamkan meskipun komoditi yang dibeli adalah barang halal. Selain itu, dalam Qs. Al-Baqarah (2): 168, Allah melarang umat Islam hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud di sini adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.[36] Namun,

---

[33] Fadhel Ihsan, "Studi Analisis terhadap Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang konsep Konsumsi dalam Ekonomi Islam", Jurnal Prosiding Penelitian SpesiA 2015.
[34] Septiana, *Analisis Perilaku Konsumsi*, 13.
[35] Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: pustaka pelajar, 1995), 17.
[36] Syaparrudin, Prinsip-Prinsip Dasar Al-Quran tentang Perilaku Konsumsi, Ulumuna, Vol. XV No. 2 (Desember 2011), 353.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

islam tetap membolehkan seorang muslimah untuk menikmati karunia kehidupan, selama masih dalam batas kewajaran.[37]

Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki. Kesuksesan seorang muslim diukur berdasarkan seberapa besar ketakwaan seseorang akan membawa konsekuensi terhadap berapa pun besar dan banyaknya harta yang dapat dia peroleh dan bagaimana menggunakannya.[38] Apabila harta yang diperoleh lebih banyak, dia akan semakin memperbesar rasa syukur dan semakin besar bagian yang akan diberikan kepada yang tidak mampu dan membutuhkan. Demikian pula saat kekurangan harta, dia akan tetap bersabar atas ujian yang telah menimpanya dan tidak mengambil jalan pintas untuk mendapatkannya apalagi sampai melanggar ketentuan syari'at Islam.[39]

2. Norma Subyektif

Pengertian Norma Subyektif adalah persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku.[40] Marhaini mengatakan, dalam teori ini perilaku seseorang tergantung niat, kemudian niat dalam berperilaku tergantung dari sikap *(attitude)* dan norma subyektif.[41] Di sisi lain, keyakinan terhadap perilaku dan evaluasi akan menentukan perilaku. Keyakinan

[37] Muflih, Perilaku Konsumen, 15.
[38] Syaparrudin, Prinsip - Prinsip Dasar, 357.
[39] Habib Nazir dan Muhammad Hasanuddin, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Bandung: Kaki Langit, 2004), 225-226.
[40] Azjen, *Attitudes, Personality, and Behavior,* Open University Press, Milton Keynes, UK. 1988.
[41] Marhaini, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Komputer MerekAcer (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara)", Jurnal Manajemen Bisnis, 1 (3) 2008, 89-96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

normatif dan motivasi untuk mengikuti pendapat orang lain akan menentukan norma subyektif.[42] Teori mengenai sikap dan Norma subyektif juga disebut sebagai Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang dikenalkan oleh Fishbein dan Ajzen.[43]

Menurut Azjen & Driver norma subyektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu.[44] Sejalan dengan Peter dan Olson yang mengatakan bahwa norma subyektif mencerminkan persepsi seseorang tentang apa yang mereka anggap bahwa orang lain ingin agar mereka melakukan perilaku tertentu.[45]

Norma-norma subyektif (*subjective norms*) adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Seseorang akan memiliki keinginan terhadap suatu obyek atau perilaku seandainya ia terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya untuk melakukannya atau ia meyakini bahwa lingkungan atau orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan.[46]

Norma Subyektif dalam ekonomi adalah gagasan yang diterima dari kelompok referen yang berpendapat bahwa sebaiknya atau tidak sebaiknya

---

[42] Mahyarni, Theory Of Reasoned Action dan theory Of Planned behavior (sebuah kajian Histori tentang Perilaku), 2013.
[43] Fishbein, Martin and Icek Ajzen. *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
[44] Ajzen, Icek dan Driver, B.L. "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative and Control Beliefs: An Application of Theory of Planned Behavior". Leisure Sciences, 1991.Vol. 13, 185–204
[45] Peter, J.P., and J.C., Olson "Consumer Behavior and Marketing Strategy", (McGraw-Hill Inc : Singapore, 2000), 150.
[46] Machrus, Hawa'im dan Urip Purwono Pengkuran Perilaku berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, INSAN Vol. 12 No. 01, (April 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berperilaku konsumtif.[47] Norma subjektif terbetuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari *referen* yang dipercayai oleh konsumen. Penilaian terhadap norma subjektif dimaksudkan untuk mengetahui apakah lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen.[48] Kontribusi pendapat dari setiap rujukan yang diberikan dibobot dengan motivasi bahwa seorang individu harus mematuhi keinginan rujukan itu. Norma subjektif (*subjective norms*) dibentuk oleh :[49]

a. *Normative Belief* (keyakinan normatif), yaitu keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka berpikir subjek seharusnya melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya mengenai apa yang seharusnya dilakukan.

b. *Motivation to Comply* (motivasi mematuhi), yaitu motivasi yang sejalan dengan keyakinan normatif atau motivasi yang sejalan dengan orang yang menjadi kelompok acuan.

Menurut Ajzen norma subjektif adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*). Kalau individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan, bukan ditentukan oleh orang lain di sekitarnya, maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang

[47] Rochmawati. "Pengaruh Sikap…, 5.
[48] Rifai, Ahmad. "Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Kota Pekanbaru". Jurnal Industri dan Perkotaan Volume XII Nomor 22, (Agustus 2008), 1786-1792.
[49] Fishbein, M. and I. Ajzen. "*Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*". Reading, MA: Addison-Wesley 1991: 74-85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan dilakukannya.[50] Fishbein & Ajzen menggunakan istilah *motivation to comply* untuk menggambarkan fenomena ini, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Norma subyektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya (misalnya, saudara, teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka.[51]

3. Religiusitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Religiusitas berakar dari kata *religiosity* yang berarti pengabdian terhadap agama. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.[52]

Skala Religiusitas digunakan untuk mengukur religiusitas. Penyusunan skala ini menggunakan teori Glock & Stark[53] yang menyatakan bahwa religiusitas terdiri dari lima aspek, yaitu:

a. Aspek ideologi/keimanan, adalah sejauh mana keyakinan seseorang tentang hal-hal yang dogmatis dalam ajaran agama yang dianutnya. Misalnya keyakinan

---

[50] Ajzen, Icek, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 2007), 10.
[51] Ibid, 15.
[52] Mukhtar, A; Muhammad M. "*Intention to Choose Halal Product: The Role of Religiosity*" Journal of Islamic Marketing Vol. 3 No. 2, 2012. Hal. 108-120.
[53] Ancok, D., & Suroso, N.S. *Psikologiislami*. (Jakarta: Pustaka Pelajar. 1994).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentang Allah, para malaikat, surga neraka, *qadha* dan *qadar*, dan hukum-hukum Allah terhadap perilaku manusia.

b. Aspek ritualistik/ibadah, yaitu aktivitas-aktivitas tertentu dalam agama yang diwajibkan dan dianjurkan untuk dilakukan oleh penganutnya. Misalnya shalat, zakat, puasa, membaca/mendalami Al-Qur'an.

c. Aspek eksperiensial/penghayatan, adalah pengalaman religius yang berupa perasaan-perasaan atau emosi, sensasi, dan persepsi yang dialami individu sabagai suatu komunikasi dengan hakikat ketuhanan atau Tuhan. Misalnya perasaan terhadap kebesaran Allah, perasaan dekat dengan Allah, perasaan khusuk dan tenteram ketika sholat, dan perasaan bergetar ketika mendengar bacaan ayat-ayat suci Al-Qur'an.

d. Aspek pengamalan/konsekuensial, merupakan konsekuensi-konsekuensi duniawi daripada keyakinan, tindakan pengalaman dan pengetahuan keagamaan individu, yang meliputi apa yang harus dilakukan dan bagaimana sikap yang harus dipegang individu sebagai konsekuensi daripada agama yang dianutnya. Disamping itu konsekuensi ini juga memberikan kerangka acuan untuk mempelajari dan menafsirkan agama yang dianut. Dalam agama Islam aspek itu berisi tentang amalan-amalan yang banyak berhubungan dengan orang lain atau alam semesta seperti, menolong, mudah memaafkan, dan menjaga lingkungan.

e. Aspek keilmuan/intelektual, adalah pengetahuan dan pemahaman tentang ajaran-ajaran dasar agama dan kitab sucinya. Dalam agama Islam, aspek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

intelektual ini berisi tentang kandungan Al-Qur'an dan dasar-dasar ajaran yang harus dipercaya dan dilaksanakan, hukum dan sejarah Islam.

Dari uraian di atas maka indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas dalam peneletian ini hanya menggunakan tiga dari lima indikator religiusitas yaitu aspek keimanan, pengetahuan agama dan pengamalan agama.

4. *Self Control*

Self control adalah tenaga kontrol atas diri, oleh dirinya sendiri. *Self control* atau kontrol diri merupakan suatu sifat kepribadian yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli barang dan jasa.[54] Chaplin mengatakan bahwa *self control* adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku *impulsive*.[55] Baumeister juga mengatakan kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan diri atau mengarahkan diri kearah yang lebih baik ketika dihadapkan dengan godaan-godaan.[56]

Self control terjadi ketika seseorang atau organis-me mencoba untuk mengubah cara bagaimana seharusnya individu tersebut berpikir, merasa, atau berperilaku.[57] *Self control* dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah

---

[54] Tifani, Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon, Jurnal Ilmiah PSYCHE Vol.8 No.2 (Desember 2014), 90-100.
[55] Chaplin, J.P. *Kamus Lengkap Psikologi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009).
[56]Baumeister, R. F. Yielding to temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. Reflections and Reviews. Jurnal of Consumer Research, 2002 vol. 28, 670-676.
[57]Muraven & Baumeister,"Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle". *Psychological Bulletin*, 2002 Volume 126 No. 2, 247-259.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan peng-hematan dengan menurunkan pembelian *impulsive*.[58] Kontrol diri melibatkan tiga hal. 1. Kontrol Perilaku, merupakan kesiapan atau kemampuan seorang merespon suatu stimulus yang secara langsung memperoleh keadaan tidak menyenangkan dan langsung mengantisipasinya. 2. Kontrol Kognitif yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan, dengan menilai atau menghubungkan suatu kejadian dengan mengurangi tekanan, dan 3. Kontrol Keputusan yaitu kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini.[59]

Kemampuan untuk tidak berperilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh kontrol diri, sehingga masyarakat muslim khususnya muslimah diharapkan mampu mengendalikan perilaku, karena pada dasarnya setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu, mengatur, dan mengarahkan perilakunya.

5. Kartu Kredit

Kartu kredit terdiri dari dua suku kata yaitu kartu dan kredit. Pengertian kartu dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kertas tebal, berbentuk persegi panjang untuk berbagai keperluan.[60] Sedangkan pengertian dari kredit adalah pinjaman uang dengan pembayaran pengembalian secara mengangsur dan

---

[58] Otto, P.E. Davies, G.B. & Charter, N., *Note on ways of saving: Mental Mechanisms as Tools for Self-Control?,* Department of Psychology, University College London, Gower Street. London. 2006.

[59] Chatimah, S., Purwadi. "Hubungan antara Religiusitas dengan Sikap Konsumtif Remaja". *Jurnal Humanitas Indonesia* IV. 2007, 110-123

[60] Anton, Moeliono, et.al., *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: Balai Pustaka cet.II, 1989). 392.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pinjaman sampai batas jumlah tertentu yang diizinkan oleh bank atau badan lain.[61] Sehingga dari penggabungan dua kata tersebut dapat diambil pengertian kartu kredit adalah kertas tebal yang memberikan fasilitas kepada pemiliknya untuk mendapatkan pinjaman uang dari bank yang harus dibayar dengan cara diangsur.[62] Pengertian ini sejalan dengan pengertian yang tercantum dalam kamus oxford, bahwa kartu kredit adalah kartu yang diterbitkan oleh bank, atau pihak lainnya yang menberi izin pemiliknya untuk mendapatkan kebutuhan dengan cara pinjaman.[63]

Kartu kredit adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan untuk melakukan penarikan tunai dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan pembayaran tersebut pada waktu yang disepakati baik secara sekaligus ataupun secara angsuran (PBI pasal 1 angka 4 nomor 10/8/PBI/2008).[64]

Kartu Kredit merupakan salah satu alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK). Kartu kredit menawarkan dua fungsi yang berbeda kepada konsumen yaitu sebagai alat pembayaran dan sumber kredit.[65] Peran kartu kredit

---

[61] Ibid, 465.
[62] Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2013). 599.
[63] Abdul Wahab Ibrahim, *Banking Card Syariah, Kartu Kredit dan Debit dalam Perspektif Fiqh*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006). 2
[64] Ahmad Fadlan Lubis dan Irsad Lubis, "Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu kredit di kota Medan", Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No.1, (Desember 2012), 22.
[65] Abdelrahmamn O. Consumer search and switching behavior: evidence from the credit card market. [disertasi]. Michigan (US): Wayne State University. 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai salah satu indikator tumbuhnya *Cash Less Society*, merupakan sistem pembayaran yang aman dan praktis. Jika kartu kredit digunakan secara bijak maka kartu kredit akan memberikan manfaat. Ketika kartu kredit digunakan dengan cara yang salah maka kartu kredit akan mengakibatkan berbagai masalah finansial bagi penggunanya.[66]

Penggunaan kartu kredit di Indonesia kini selain sebagai alat pengganti pembayaran, juga telah berfungsi sebagai gaya hidup.[67] Keberadaan kartu kredit diketahui dengan baik oleh masyarakat. Untuk sebagian kalangan, kartu kredit bahkan mendukung gaya hidupnya dan dimanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa.[68] Kartu kredit bisa menjadi ajakan kepada umat islam untuk berpola konsumtif. Penamaan kredit biasa dikaitkan dengan utang yang berarti untuk usaha produktif. Pada sisi lain utang biasanya juga dilakukan oleh pihak yang benar-benar membutuhkan, karena miskin misalnya. Kecenderungan yang terjadi juga bukan untuk keperluan primer, tapi lebih cenderung sekunder seperti elektonik, kendaraan dan yang sejenis.[69] Dalam islam memang dilarang untuk berlebihan dan boros dalam menggunakan harta pada hal-hal yang tidak bermanfaat. Pada dasamya sifat konsumtif adalah karakter masing-masing individu pemegang kartu. Jika karakter dasarnya bukan pemboros, maka

---

[66] Gunawan M, Linawati N. "Analisis faktor yang berhubungan dengan pertimbangan cost and benefit kartu kredit". Jurnal Finesta, 2013 1(2): 79–84.
[67] Lubis, Analisis Perilaku, 23.
[68] Sulistyawaty R.. Perilaku konsumen dalam penggunaan kartu kredit di wilayah DKI Jakarta. [tesis]. Jakarta: Universitas Gunadarma. 2012.
[69] Arif Pujiyono, "Islamic Credit Card: Suatu Kajian terhadap Sistem Pembayaran Islam Kontemporer", Jurnal Dinamika Pembangunan Vol. 2 No. 1 (Juni 2005), 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dia akan tetap mampu mengontrol penggunaan kartunya. Akan tetapi para ahli hukum ekonomi islam mencoba menutup pintu ke arah sana, karena manusia cenderung mudah untuk tergoda.[70]

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang sedang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut penelitian terkait dengan "Pengaruh Norma Subyektif, Religiusitas dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslimah pengguna kartu kredit" diantaranya:

No.	Judul, Nama dan Tahun Penulis	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat membeli Produk berlabel Halal. Ekawati Labibah,	1. Religiusitas (X1) 2. Norma Subyektif (X2) 3. Perceived Behavioral	Kuantitatif, Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *snowball sampling*.	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas, Norma Subyektif dan *perceived behavioral control* terhadap niat membeli produk makanan ringan

[70] Ibid, 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	2016.	control (X3) 4. Niat (Y)		berlabel halal. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas, norma subyektif dan *perceived behavioral control* secara simultan.
2.	Kartu Kredit Shariah dan Perilaku Konsumtif. Dewi Sukma, 2014.	-	Deskriptif Kualitatif	1.Kartu kredit memberikan pengaruh sangat besar dalam kegiatan transaksi, karena tidak ada sistem kontrol pagu batas penggunaan kartu kredit dan tidak dapat dijadikan pegangan konsumtif. 2.Kartu kredit shariah meningkatkan rasio belanja dan beresiko tingkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				kredit macet. 3.Pola perilaku konsumen masyarakat indonesia yang mengikuti trend, sehingga menjadi pemicu konsumtif.
3.	Hubungan antara Kontrol diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta Septi Anugrah Heni, 2013	1. Kontrol diri (X1) 2. Syukur (X2) 3.Perilaku Konsumtif (Y)	Penelitian Kuantitatif, Subjek peneltian ini yaitu siswa SMAIT Abu Bakar Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi.	Kesimpulan yang dapat dibuat dari penelitian ini adalah ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dan syukur dengan perilaku konsumtif.
4.	Analisis Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Faktor Sosial terhadap Kesejahteraan Islami Keluarga Pedagang	1.Religiusitas (X1) 2.Pendapatan (X2) 3.Faktor	Penelitian eksplanatory, Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan panduan	Konstruk religiusitas dan pendapatan berpengaruh signifikan secara positif terhadap kesejahteraan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Muslim di Kawasan Religi Ampel. Aliyah Farwah, 2013.	Sosial (X3) 4.Kesejahteraan Islami (Y)	kuisioner, menggunakan *partial least square.*	Islami keluarga Muslim di Kota Surabaya. Religiusitas dapat membawa dampak positif terhadap individu dan keluarga. Sedangkan konstruk faktor sosial tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan islami.
5.	Analisis Perilaku Masyarakat Muslim terhadap penggunaan kartu kredit di kota Medan. Ahmad Fadlan Lubis, 2012.	-	Deskriptif Kualitatif Menggunakan metode sample non-probabilitas. Penyebaran kuisioner.	perilaku masyarakat Muslim terhadap penggunaan kartu kredit di Kota Medan berdampak pada perilaku dan sifat boros/ konsumtif. Faktor terbesar pendorong masyarakat Muslim memutuskan untuk menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				kartu kredit di Kota Medan, disebabkan oleh kartu kredit lebih praktis untuk digunakan dalam proses transaksi. Alasan terbesar lainnya adalah kartu kredit memberikan keleluasaan bagi pemiliknya.

Dari karya di atas dapat dilihat bahwa penulis mengambil alur yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Ekawati Labibah adalah variabel bebas (X) dalam penelitian tersebut yaitu Regiliusitas (X1), Norma Subyektif (X2), dan Persepsi *Behaviored control* (X3), dan koresponden yang dituju adalah mahasiswa yang melakukan niat (Y) membeli produk makanan ringan berlabel Halal, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan Norma Subyektif (X1), Religiusitas (X2) dan *Self Control* (X3) sebagai variabel bebas (X) dan koresponden dalam penelitian ini menyasar pada objek masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu kedua yang diteliti oleh Dewi Sukma adalah tidak terdapat variabel bebas (X) dalam penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut karena menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang ketiga diteliti oleh Septi Anugrah Heni adalah variabel bebas (X) dalam penelitian tersebut yaitu Kontrol diri (X1), dan Syukur (X2), dan subjek penelitian yaitu siswa SMAIT Abu Bakar Yogyakarta. Alat ukur yang digunakan adalah skala kontrol diri, syukur dan perilaku konsumtif. Analisis data dilakukan dengan tekhnik analisis regresi, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan Norma Subyektif (X1), Religiusitas (X2) dan *Self Control* (X3) sebagai variabel bebas (X) dan koresponden dalam penelitian ini menyasar pada masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Aliyah Farwah adalah variabel bebas (X) dalam penelitian tersebut yaitu Religiusitas (X1), Pendapatan (X2) dan Faktor Sosial (X3) terhadap Kesejahteraan Islami (Y) koresponden yang dituju adalah keluarga muslim di kota Surabaya, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan Norma Subyektif (X1), Religiusitas (X2) dan *Self control* (X3) dan koresponden dalam penelitian ini menyasar pada masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Ahmad Fadlan Lubis adalah tidak ada variabel (X) dalam penelitian tersebut dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

koresponden yang dituju adalah masyarakat muslim di Medan, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan Norma Subyektif (X1), Religiusitas (X2) dan *Self control* (X3) dan koresponden dalam penelitian ini menyasar pada masyarakat muslimah pengguna kartu kredit.

Dari tabel penelitian terdahulu di atas dapat dilihat bahwa penulis mengambil alur berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan lebih spesifik pada pengaruh norma subyektif, religiusitas dan *self control* terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslimah pengguna kartu kredit di Surabaya. Metode yang dilakukan juga berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *sampling incidental*, serta teknik analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id