

maka H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Norma Subyektif (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) masyarakat muslimah pengguna kartu kredit. Hasil analisis menunjukkan nilai bertanda positif artinya semakin tinggi Norma Subyektif yang cenderung mengarah ke perilaku konsumtif maka perilaku konsumtif pada muslimah pengguna kartu kredit juga semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah Norma subyektif yang cenderung mengarah ke perilaku konsumtif maka perilaku konsumtif muslimah juga semakin rendah.

2) Variabel Religiusitas (X2) adalah nilai thitung sebesar -2.360 ttabel sebesar 1.985. Karena nilai signifikansi 0.020 lebih kecil dari 0.05, maka H2 diterima yakni terdapat hubungan negatif yang signifikan secara parsial dari Religiusitas (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hasil analisis menunjukkan nilai bertanda negatif artinya semakin tinggi Religiusitas maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah Religiusitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

3). *Self Control* (X3) adalah nilai t hitung sebesar -4.080 t tabel sebesar 1.985. Karena nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H3 diterima yakni terdapat hubungan negatif yang signifikan secara parsial dari *Self Control* (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) masyarakat muslimah. Hasil analisis menunjukkan nilai bertanda negatif artinya semakin tinggi

Self Control maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah *Self Control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

C. Analisis Deskriptif

Berikut ini disajikan distribusi jawaban responden untuk setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel penelitian. Jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi responden terhadap perilaku konsumtif dengan variabel norma subyektif, religiusitas dan *self control*.

1. Analisis Jawaban Responden berkaitan dengan Norma Subyektif (X1)

Berdasarkan data mentah untuk variabel norma subyektif (X1) yang terkumpul dari hasil penyebaran kuisioner pada 100 responden, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 6 butir instrumen, maka dapat diketahui frekuensi dan presentase dari masing-masing indikator:

a. Indikator Keluarga dapat memengaruhi Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil jawaban kuisioner yang telah disebar untuk setiap item pertanyaan mengenai variabel norma subyektif dengan indikator keluarga dapat memengaruhi perilaku konsumtif terdapat pada butir soal no 1,3 dan 6. Frekuensi jawaban dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

