PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, KELOMPOK PERSAHABATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI

(Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)

SKRIPSI

Oleh :

DINDA DWI OCTAFINNA

NIM : G74214044

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama	: Dinda Dwi Octafinna
NIM	: G74214044
Fakultas /Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Acuan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016)

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

Surabaya,

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

B15C3AEF594089325

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Dinda Dwi Octafinna

NIM.G74214044

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dinda Dwi Octafinna NIM.G74214044 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya,

Pembimbing

Sri Wigati, M.E.I

NIP.197302212009122001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Dinda Dwi Octafinna NIM. G74214044 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 30 Oktober 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I	Penguji II
Sri Wigati, M.E.I	**Abdul Hakim, MEI**
NIP. 197302212009122001	NIP.197008042005011003
Penguji III,	Penguji IV,
Dr. Fatmah, ST, MM	**Andhy Permadi, M. Kom**
NIP.197507032007012020	NIP.198110142014031002

Surabaya, 05 November 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Dinda Dwi Octafinna
NIM	: G74214044
Fakultas/Jurusan	: FEBI/ Ekonomi Syariah
E-mail address	: dindadwioct@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, KELOMPOK PERSAHABATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016).

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 November 2018

Penulis

(Dinda Dwi Octafinna)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014 – 2016)"** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif. Tujuannya menjawab pertanyaan tentang : Apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014 – 2016 secara parsial, dan Apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014 – 2016 secara simultan.

Metode penelitian yang di gunakan adalah pendekatan kuantitatif diskriptif. Pengumpulan data premier dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel 189 mahasiswi ekonomi syariah dari angkatan tahun 2014-2016. Untuk menganalisis di gunakan sebuah alat analisis berupa SPSS Versi 20.0. metode analisis untuk menguji instrumen pernyataan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terrdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang terdiri uji F (secara simultan) dan Uji T (secara parsial), uji regresi linear berganda, dan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan, uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel. Uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji T (secara parsial) menunjukkan status sosial ekonomi orang tua sebesar 2,472>1,972 dengan signifikan 0,000<0,05, artinya status sosial ekonomi orang tua berpengaruh kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Kelompok persahabatan sebesar 3,089>1,972 dengan signifikan 0,002<0,05, artinya kelompok persahabatan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Variabel gaya hidup sebesar 4,401>1,972 dengan signifikan 0,000<0,05, artinya variabel gaya hidup berpengaruh kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Uji F (simultan) menyatakan nilai sebesar 32,004>2,65 dengan signifikan 0,000<0,05. Artinya ketiga variabel berpengaruh kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Nilai R square 0,585 berarti ketiga variabel berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi sebesar 34,2% sedangkan 65,8% di pengaruhi variabel lain.

Saran dari penelitian ini, seharusnya mahasiswi menjadi konsumen yang cerdas yang dapat membedahkan antara kebutuhan dan keinginan. Jangan mudah tergiur oleh strategi pemasaran dan pertimbangkan dahalu sebelum membeli produk. Akan tetapi dalam penelitian ini kelompok persahabatan termasuk perilaku konsumsi

Kata Kunci : Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif Mahasisiwa.

DAFTAR ISI

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

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... v

MOTTO HIDUP..... vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR TRANSLITASI xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah..... 11

C. Tujuan Penelitian..... 12

D. Kegunaan Hasil Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori 14

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 31

C. Kerangka Konseptual..... 33

D. Hipotesis..... 34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 36

B. Waktu dan Tempat Penelitian 36

C. Populasi dan Sampel Penelitian..... 37

D. Variabel Penelitian..... 39

E. Definisi Operasional 40

F. Uji Validitas dan Reabilitas..... 42

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

G. Data dan Sumber Data 43
1. Jenis Data 43
2. Sumber Data 45
H. Teknik Pengumpulan Data 45
I. Teknik Analisis Data 46
BAB IV HASIL PENELITIAN
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 51
B. Analisis Data 60
BAB V PEMBAHASAN
A. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi 75
B. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi 77
C. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi 80
D. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, kelompok Acuan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi 82
BAB PENUTUP
A. Kesimpulan 85
B. Saran 86
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini ditandai dengan munculnya perdagangan bebas yang didukung dengan kemajuan teknologi komunikasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa[1]. Didalam kondisi ini konsumenlah sebagai targetnya karena segala kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih berbagai jenis kualitas barang dan jasa sesuai yang diinginkan dan kemampuan konsumen. Namun, dilihat pada sisi lain, kondisi dan fenomena ini dapat menyebabkan kedudukan konsumen berada pada posisi yang lemah. Khususnya di Indonesia, banyak terjadi penyimpangan yang menjadikan konsumen sebagai objek dari aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh para pelaku usaha.

Globalisasi yakni sebuah keleluasaan dan kebebasan untuk menjual barang, jasa, serta kaum kapitalis yang memiliki kekuatan modal sehingga dapat menerobos lintas negara, wilayah, adat istiadat dan budaya.[2] Sehingga pernyataan tersebut dapat dijabarkan bahwa Globalisasi

[1] Winda Aprillia, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo, "*Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Lateracy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa",*Jurnal Pendidikan Humaniora, No. 1, Vol. 3 (Maret 2015), 78

[2] Antoni Widodo, "*Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dengan Perilaku Konsumtif* (Studi Kasus: Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)", (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), 2015 hlm. 1.

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

mengindikasi warga negara maju khususnya para pengusaha dari berbagai negara berlomba-lomba untuk menginvestasikan modalnya ataupun menjual hasil produksinya ke Indonesia.

Pengaruh kekuatan ekonomi yang mendominasi dari negara maju, menyebabkan negara yang berkembang di manfaatkan sebagai ladang persemian dan pangsa pasar bagi berbagai kepentingan perusahaan multinasional.[3] Masyarakat konsumen adalah masyarakat yang mana lebih suka membeli atau mengkonsumsi produk daripada memprosuksi, dimana hal tersebut sesuai dengan masyarakat Indonesia yang rata-rata lebih suka mengkonsumsi daripada memproduksi. Hal tersebut dapat mengisyaratkan para pengusaha dari luar negeri untuk menanam modalnya atau menjual produknya di Indonesia.[4]

Bagong Sunyoto menyatakan bahwa masyarakat konsumen itu adalah masyarakat cenderung di organisasikan lebih suka konsumsi daripada produksi barang atau jasa.[5] Dari pernyataan tersebut dapat diuraikan bahwa banyak sebagian besar dari masyarakat adalah sebagai pengguna atau pembeli daripada menjual, dari seperti ini yang dapat dilihat sebagai peluang dan target pemasaran dari pengusaha-pengusaha maju.

---

[3] Antoni Widodo, "*Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dengan Perilaku Konsumtif*(Studi Kasus: Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)", (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), 2015 hlm. 1.
[4] *Ibid., hlm 1-2*
[5] Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*,hlm 107

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

Dikutip dari Bagong Suyanto dalam konsep Mc Donalisasi menurut George Ritzer (2004) menyatakan bahwa di berbagai belahan dunia semakin banyak praktik bisnis *fast food* Mc Donald hal tersebut di sebabkan oleh proses perkembangan perkembangan masyarakat yang tengah terjadi di masyarakat era post-industrial. Usaha seperti Mc Donald ini bepeluang, sehingga peluang tersebut di tangkap oleh pengusaha waralaba makanan, bahkan usaha fast food tersebut dapat masuk dan berkembang berbentuk bisnis seperti lestoran (siap saji) yang berada di negara yang sedang berkembang maupun negara maju.[6] Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang memiliki kemungkinan negara Indonesia dapat menjadi tujuan dari globalisasi, dan dari fenomena ini kemungkinan berdampak kepada perilaku masyarakatnya yang semakin konsumtif.[7]

Globalisasi dapat di pahami sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan pola konsumsi pada masyarakat, gaya hidup, dan bahkan dapat mempengaruhi cara berfikir masyarakat, termasuk masyarakat di negara berkembang khususnya.[8] Pada saat ini, pengaruh arus globalisasi begitu cepat merasuk ke dalam masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa. Pengaruh globalisasi terhadap generasi muda begitu kuat, karena para generasi muda termasuk dari salah satu segmen pasar

[6] Luthfiyatul Auliya, ”Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)” (Skripsi IAIN Purwokerto, 2017), 2
[7] *Ibid.*, hlm 2
[8] *Ibid.*, hlm 2

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

yang berpotensi[9]. Terutama untuk produk-produk pakaian, sepatu, aksesoris, *gadget*, dan lain sebagainya. Alasan dari kalangan mahasiswa adalah segmen pasar yang berpotensi karena sifat dari mereka yang masih mudah terpengaruh. Lingkungan teman sebaya biasanya lebih berpengaruh pada mahasiswa karena mereka memiliki rentan usia yang hampir sama serta pemikiran yang hampir sama pula,sehingga mereka merasa cocok dalam melakukan berbagai tindakan tindakan ekonomi.[10]

Dampak dari hal ini akan berimbas kepada penduduk Indonesia, karena penduduk Indonesia notabennya di dominasi oleh kaum remaja dan golongan muda. Sehingga membentuk penduduk usia muda bersifat lebih konsumtif, hal tersebut akan menjadikan kaum remaja khususnya sebagai target sasaran dari strategi pemasaran.[11] Penduduk muda disini penulis melihat dari beberapa mahasisiwi dari program studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014 sampai 2016 Universitas Islan Negeri Sunan Ampel yang dimana beberapa mahasiswi di duga berperilaku mengarah ke kehidupan konsumtif.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel adalah salah satu universitas yang terletak di tengah-tengah kota Surabaya. Sehingga banyak terdapat

---

[9] Winda Aprillia, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo, "*Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Lateracy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa",*Jurnal Pendidikan Humaniora, No. 1, Vol. 3 (Maret 2015), *79*

[10] Anggena Pricila, Maria Ulfa, dan M. Bisri, "*Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN"* (Skripsi Untan:pontianak, 2013),2

[11] Luthfiyatul Auliya, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)" (Skripsi IAIN Purwokerto, 2017), 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

tempat pembelanjaan misalnya mall, cafe yang jaraknya cukup dekat dengan lokasi kampus, selain itu penggunaan teknologi dalam gaya hidup pada warga kota yang kaya, akan di tunjukkan dengan kehidupan yang selalu mengutamakan menggunakan ITC (Information and Technology Comunication), tujuannya tidak lain yaitu untuk memudahkan menerima informasi dalam mendapatkan barang produksi[12]. Hal ini menyebabkan para mahasiswa mudah dalam menerima layanan, dan menerima informasi yang lebih baik, misalnya seperti belanja dengan menggunakan layanan elektronik biasanya kebanyakan dari mahasiswa berbelanja melalui online.

Dalam skripsi Luthfiya Auliya menerangkan bahwa perempuan lebih konsumtif dibandingkan dengan laki-laki.

Tabel 1.1

Perilaku Konsumtif berdasarkan Gender

		Gaya Hidup Konsumtif		Total
		Rendah	Tinggi	
Jenis kelamin	Perempuan	8,0%	92,0%	100%
	Laki – Laki	28,0%	72%	100%

Sumber : Skripsi Luthfiyatul Auliyah

Dari data tabel diatas dapat diuraikan bahwa perempuan lebih konsumtif daripada laki-laki dimana perbedaannya adalah untuk perempuan 92,0% sedangkan laki-laki 72,0%, hal tersebut menunjukan bahwa selisih dari gaya hidup konsumtif adalah 20%. Ada tiga aspek

[12] Luthfiyatul Auliya, ”Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)” (Skripsi IAIN Purwokerto, 2017), 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

seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu: pembelian impulsife (*implusife buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*).[13]

Menurut Bagong Suyanto yang mengutip pada sebuah studi yang dilakukan oleh Mintel menemukan bahwa pada umumnya perempuan memiliki keinginan dan kebutuhan untuk tampil lebih modis dibandingkan laki-laki terutama dalam hal berpakaian, selanjutnya perempuan dalam banyak hal lebih suka dan fokus pada penampilan pribadi daripada laki-laki.[14] Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam hal mengatur keuangan perempuan dapat dikatakan lebih konsumtif di bandingkan laki-laki.

Mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup, pola hidup mahasiswa yang berubah menyebabkan mahasiswa tidak cermat dalam mengatur keuangan yakni bukan berdasarkan dari skala prioritas lagi. Hal ini sesuai dengan keadaan dilapangan, banyak mahasiswa yang mendahilukan keinginannya seperti ganti model sepatu, aksesoris *handphone* , bahkan sampai alat-alat *make-up*.[15]

Banyak proses-proses yang dialami oleh mahasiswi yang berstatus sebagai perantau atau pendatang, seperti proses pergaulan, budaya pertemanan, dan kegiatan membeli dan mengkonsumsi barang atau produk. Sehingga perubahan yang terjadipun karena tidak ada kontrol dari orang tua. Tinggal di kota membuat seorang mahasiswi cepat berubah

---

[13] *Ibid.*,4

[14]Luthfiyatul Auliya, ”Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)” (Skripsi IAIN Purwokerto, 2017), 4

[15] Hasil wawancara dengan salah satu mahasiswi Ekonomi Syariah

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

karena semua yang dilakukan dengan kehendaknya sendiri dan didukung oleh lingkungannya.[16] Mahasiswa yang merantau atau pendatang pada awalnya pola konsumsi belum berubah akan tetapi semakin lama mahasiswa yang merantau di kota besar seperti surabaya lambat tahun pola konsumsinya akan berubah. Dari hal tersebut teman-teman mahasiswi ketika di wawancara menyatakan mereka mulai berubah pola konsumsi karena dia hidup di kota.

Sebagaimana hasil pengamatan awal yang penulis lakukan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel terutama di Jurusan Ekonomi Syariah pada tanggal 18 Oktober 2017, penulis mendapat informasi dari kantor informasi akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bahwa jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah angakatan dari tahun 2014-2016 secara keseluruhan berjumlah 527orang yang terdiri dari 361 mahasiswi dan 166 mahasiswa.[17]

Status sosial dapat di istilahkan sebagai kelas sosial, status sosial atau biasanya disebut kelas sosial menurut Ujang Sumarwan adalah pembagian masyarakat kedalam kelas yang berbeda atau strata atau tingkatan yang berbeda dimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku sekaligus tindakan sosialnya.[18] Begitu juga dengan status yang dimiliki oleh orang tuanya menurut Damsar dan

---

[16] Agustian, "Trend Gaya Hidup Mahasiswi Pendatang",(Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji),3

[17] Sumber data dari kantor akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya

[18] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003) hlm. 219.

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

Indrayani dalam pengantar sosiologi ekonomi menyatakan bahwa stratifikasi atau tingkatan sosial orang tua juga akan mempengaruhi perkembagan anak-anaknya dalam bersosialisasi. Stratifikasi atau tingkat sosial dimasyarakat juga dapat dilihat dari seberapa tinggi tingkat status sosial dan ekonominya, sehingga tidak mengherankan jika seorang anak akan berperilaku sesuai dengan status yang dimiliki orang tua mereka.[19]

Masyarakat yang membuang produk (*throw away society*) menjadikan sikap masyarakat mengarah pada perilaku konsumtif, hal ini disebabkan oleh timbulnya satu dorongan dalam diri manusia bahwa dirinya berbeda dan lebih di bandingkan orang lain dengan cara ingin gonta-ganti dalam menggunakan produk.[20] gaya hidup adalah individu aktif beradaptasi terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.[21] Hal ini disebabkan karena adanya wujud dari identitas seseorang yang disebut dengan gaya hidup. Gaya hidup seseorang atau kelompok dapat kita dilihat dari cara pergaulannya seperti pada pengamatan penulis dari pengamatan awal ini mengetahui bagaimana mahasiswi dalam memanfaatkan waktu senggang untuk bergaul dengan teman satu kelompoknya yang usianya sama, di era masyarakat post-moderen sering kali berkaitan dengan kegiatan rekreasi, di mana orang pergi ke luar dari diri, menuju perangkap-

[19] Damsar & Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group,2011) hlm. 132-133.
[20] Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1995) hlm. 60
[21] Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat post-Modernisme*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2014) hlm. 138

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

perangkap *eksterior* yaitu seperti tempat-tempat wisata, mall, dan tempat-tempat lainnya untuk menghabiskan waktu senggangnya.[22]

Penulis melihat fakta di lapangan bahwa banyak para mahasiswi yang memanfaatkan waktu luangnya untuk menonton bioskop, makan di mall, dan berbelanja di mall. Mereka melakukan itu semua dengan alasan membuang kejenuhan. Agama pun melarang hal yang berlebih-lebihan karena sesuatu yang berlebihan itu juga merupakan hal yang tidak baik. Ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam menggunakan uang yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, sehingga bisa di manfaatkan dengan sebaik-baiknya. Hal ini sudah tertera di dalam firman Allah yakni pada Q.S Furqon ayat 67 yaitu:

وَالَّذِيْنَ اِذَآاَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْاوَلَمْ يَقْتُرُوْاوَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا

"*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*"[23]

Dalam proses konsumsi banyak mahasiswi yang tidak menyadari berapa rupiah yang telah dikeluarkan untuk kegiatan konsumsi, hal ini menyebabkan banyak pembelian barang yang tidak dibutuhkan mahasiswi di banding dengan pembelian barang pokok mahasiswi yang sifatnya lebih

[22] Bagong Suyanto, *op.cit*… hlm. 263.
[23] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya,*(Semarang: PT Karya Toha Putra,2002)

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

utama seperti pembelian berupa buku-buku rujukan untuk pembuatan tugas dari dosen dan untuk kegiatan perkuliahan.[24] Dalam perilaku konsumtif mahasiswi juga bisa dilihat dari penggunaan *gadget,* dimana banyak mahasiswi yang mengganti *gadget* lamanya dengan model dan tipe terbaru atau bahkan ingin yang berbeda dari yang lain. Menurut Bagong Suyanto menyatakan hal seperti ini disebabkan karena masyarakat konsumen akan merasa ketinggalan zaman dan minder ketika mereka tidak memiliki dan membeli produk-produk terbaru, yang dipersepsi sebagai bagian dari identitas atau simbol status masyarakat.[25]

Berdasarkan ulasan di atas dan dari beberapa penelitian terdahulu, penulis ingin meneliti lebih jauh mengenai status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014-2016. Oleh karena itu mengambil judul "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

B. Rumusan Masalah

[24] Luthfiyatul Auliya, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Guru RA (PGRA) IAIN Purwokerto)" (Skripsi IAIN Purwokerto, 2017), 9

[25] Bagong Suyanto, *op.cit*…hlm. 168

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

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk:

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

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, referensi persahabatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya secara parsial.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua, referensi persahabatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya secara simultan.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini diharapkan :

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

1. Kegunaan secara teoritis

Kegunaan dari penelitian ini adalah dapat mengembangkan khazanah keilmuan agar bermanfaat, secara teoritis kegunaan hasil dari penelitian ini sebagai berikut :

a. sebagai refrensi bagi para peneliti dalam mengembangkan ke ilmu dalam ilmu pengetahuan sosiologi, psikologi, dan ekonomi.
b. Untuk menambah ilmu pengetahuan dalam kajian teorotis kemampuan mahasiswi dalam bergaul dan berinteraksi di lingkungan kampus maupun masyarakat.

2. Kegunaan secara praktis

Kegunaan secara praktis yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini adalah menjadi masukan bagi mahasiswi dalam memahami perilaku konsumtif dalam artian mahasiswi dapat membedakan mana keinginan (*wants*) dan mana kebutuhan (*needs*), sehingga menjadi acuan dalam hidup untuk dapat mengatur keuangan disaat menjadi mahasiswi maupun saat sudah menjadi ibu rumah tangga kelak.

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan (1) disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman(ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat; (2) tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsian,maupun penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul; (3) tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen mulai yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pascapembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.[26]

Perilaku konsumen yakni semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum

[26] Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian,*(Yogjakarta:C.V ANDI OFFSET, 2013),9

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

membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi.[27]

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabisakn produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahuli dan menyusul.[28]

2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua

a. Pengertian Status Sosial

Status Sosial dapat disamakan dengan kelas sosial, yang berarti pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas berbeda atau disebut juga strata yang berbeda.[29]

Kedudukan atau status sosial adalah tempat dimana seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, yang berarti lingkungan pergaulan, prestisenya dan hak serta kewajibannya.[30] Dalam sebuah pergaulan atau interaksi seseorang dan keprestisanya (kegengsiannya) tergantung dari aspek status sosial.

Kedudukan dapat diartikan sebagai tempat atau posisi dalam suatu kelompok sosial.[31] Kedudukan sosial atau status sosial adalah tembat dari seseorang, umumnya dalam masyarakatnya sehubungan

---

[27] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, hlm. 5

[28] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup,2010)cetakan ke-4,2

[29] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, 265

[30] Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2000, cetakan ke-30) hlm. 265

[31] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen,*(Jakarta :PRENADAMEDIA, 2003, cetakan ke-6), edisi revisi, hlm.232

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

dengan banyak orang lain, dalam artian lingkungan pergaulannya, pretisenya, dan hak-hak serta kewajibannya.

Pada umumnya masyarakat mengembangkan dua macam kedudukan[32] , yaitu:

1) *Ascribed Status*

   Ascribed Status adalah kedudukan seseorang dalam masyarakat tanpa membedakan rohaniah dan kemampuan. Kedudukan itu diperoleh karena kelahiran, contohnya keturunan bangsawan.

2) *Achieved Status*

   Achieved Status adalah kedudukan yang diperoleh seseorang dengan usaha-usaha yang disengaja. Yang artinya kedudukan ini tidak didapat dari kelahiran. Akan tetapi, kedudukan ini bersifat terbuka dalam arti lain siapa pun bisa atau dapat kedudukan ini tergantung dari kemampuan masing-masing dalam mengejar dan mencapai tujuannya. Contohnya seseorang dapat menjadi dokter, semuanya tergantung apakah orang yang bersangkutan mampu menjalani syarat-syarat tersebut. Selain itu, ada juga status yang dinamakan *assigned status,* status ini memiliki hubungan erat dengan *achieved status* akan tetapi *assigned status* ini lebih ditekankan kepada orang yang berjasa yang diberikan kedudukan yang tinggi.

[32] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen,* hlm. 233

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

Faktor-faktor yang Menentukan Kelas Sosial

Terdapat sembilan variabel yang menentukan status atau kelas sosial seseorang yang dibagi dalam 3 kategori,[33] antara lain :

1. Variabel ekonomi
   - Status Pekerjaan
   - Pendapatan
   - Harta Benda
2. Variabel interaksi
   - Prestis Individu
   - Asosiasi
   - Sosialisasi
3. Variabel politik
   - Kekuasaan
   - Kesadaran Kelas
   - Mobilitas

b. Aspek-Aspek Pengukuran Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Untuk mengetahui seberapa besar status sosial ekonomi orang tua mahasiswi, peneliti menggunakan dari pandangan para ahli yang memaparkan landasan teori tentang status sosial yang ditinjau dari aspek ekonomi sehingga peneliti dapat menyimpulkan beberapa aspek untuk mengetahui tingkat pengukuran status sosial ekonomi orang tua.

1.) Pendidikan

[33] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, hlm. 266

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

Pendidikan akan menentukan tingkat status sosial sebuah keluarga karena pendidikan anggota keluarga akan berkolerasi dengan pekerjaan anggota keluarga tersebut. Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. [34]

Pekerjaan atau profesi pada anggota keluarga bisa diamati dari tingkat pendidikan yang telah dicapainya, untuk mengukur tingkat pendidikan Badan Pusat Statistik membagi dalam kategori, yaitu:

a) SD kebawah
b) Sekolah Menengah Pertama
c) Sekolah Menengah Atas
d) Diploma I/II/III
e) Universitas[35]

2.) Pekerjaan

Untuk mengamati jenis-jenis pekerjaan Danang Sunyoto membagi kedalam empat kategori yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha, dan mahasiswa atau pelajar.[36] Sedangkan untuk membagi tingkat pekerjaan penulis membagi menjadi:

a) PNS

[34]Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, hlm.254
[35] www.bps.go.id diakses pada 20 februari 2018 pukul 10:11 WIB
[36] Danang Sunyoto,*Praktik Riset Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta:CAPS(Center of Academic publishing Service, 2014) cetakan pertama, hlm. 144

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) Pegawai Swasta

c) Wirausaha

d) Pegawai Serabutan

3.) Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang konsumen dari suatu pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah. [37] Dengan diperolehnya pendapatan di anggota keluarga, maka pendapatan tersebut dapat membiayai kegiatan konsumsinya. Adapun pengukuran pendapatan yang dipaparkan oleh ujang suwarman dibagi menjadi beberapa aspek yaitu: gaji pokok, tunjangan, bonus dan pendapatan lainnya.[38]

Beberapa aspek pendapatan ini jika anggota keluarga menerimanya maka semakin tinggi pendapatannya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seseorang, karena daya beli akan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh seseorang. Dalam mengkategorikan pendapatan rumah tangga,Badan Pusat Statistik pada Survai Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS)

4.) Tingkat konsumsi

Setiap individu atau kelompok pasti mengkonsumsi segala sesuatu untuk memenuhi kebutuhan baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier dalam menentukan konsumsi

[37] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, hlm.257
[38] *Ibid*, hlm.258

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

ini, masing-masing individu berbeda-beda dari satu dengan yang lainnya. Misalnya saja kebutuhan konsumsi perempuan dan laiki-laki pasti sangatlah berbeda.

Konsumsi dapat diartikan sebagai penggunaan produk, yang dibagi kedalam dua kategori jenis konsumsi yaitu barang tahan lama (*durable goods*) dan barang tidak tahan lama (*non durable goods*). Barang tahan lama diartikan sebagai barang yang dapat usianya digunakan berkali-kali dan biasanya dapat digunakan bertahun-tahun (jangka waktu yang lama) sedangkan barang tidak tahan lama yaitu barang yang habis setelah dipakai.[39]

Untuk mengkur tingkat konsumsi dalam penelitian ini menggunakan ukuran pengeluaran rumah tangga karena pengukuran tingkat konsumsi dapat dilihat dari pengeluaran keluarga, menurut Ujang Suwarman pengeluaran sebagai alat pengukuran besarnya tingkat konsumsi.[40] Hal ini untuk melihat seberapa besar tingginya tingkat konsumsi yang dikeluarkan keluarga itu sendiri.

5.) Pemilikan Harta Benda

Pendapatan seseorang akan mempengaruhi pembelian seseorang dan akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan maka akan semakin besar peluangnya untuk

[39] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2, hlm.282
[40] Ibid, hlm. 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

masuk kedalam kategori kelas atas. Pendapatan yang tinggi menurut Ujang Suwarman, biasanya diikuti oleh pemilikan harta benda yang banyak.[41] Di pedesaan biasanya bentuk kepemilikan harta seperti: pemilikan sawah, kebun, ladang, ternak dan rumah besar merupakan simbol pemilikan dari kelas atas di masyarakat tersebut.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.[42] Gaya hidup juga sering kali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang(activities, interest, and opinions). Konsep yang terkait dengan gaya hidup yaitu psikografik.[43]

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitar (pendapatan). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.

---

[41] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*,(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2,267
[42] *Ibid*, hlm.45
[43] *Ibid*, hlm.45

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

Gaya hidup didefinisilkan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup hanyalah salah satu cara untuk mengelompokkan secara psikografis. Gaya hidup (*life style*) pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Dapat diartikan bahwa ada orang yang senang mencari hiburan bersama teman-temannya, ada yang senang berpergian dengan keluarga, dan ada yang suka berbelanja untuk menghabiskan waktu luang dan uang.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.Salah satu contoh kategori dari AIO(Aktivitas, Interes, Opini) yang telah diidentifikasikan menjadi tabel dibawah ini.

Tabel 2.1

Inventarisasi Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Opini	Demografik
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri	Usia
Hobi	Rumah	Isu Sosial	Pendidikan
Kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik	Pendapatan
Liburan	Masyarakat	Bisnis	Keluarga besar
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi	Pekerjaan
Anggota club	Fashion	Pendidikan	Jenis rumah
Masyarakat	Makanan	produk	Geografi
Belanja	Media	Masa depan	Kota besar

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

Olahraga	keberhasilan	Budaya	Siklus hidup

4. Kelompok Persahabatan

Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.[44] Kelompok acuan ini digunakan seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah refrensi dalam membentuk respons afektif, kognitif, dan perilaku.[45]

Kelompok acuan atau grup referensi merupakan pengaruh sosial dalam suatu perilaku konsumen.[46] Interaksi sosial dengan grup referensi sering terjadi secara langsung dan tatap muka, yang mana dapat memberikan pengaruh langsung pada tanggapan afeksi, kognisi, dan perilaku.[47]

Kelompok acuan dibagi menjadi tiga dimana ada kelompok formal dan informal, kelompok primer dan sekunder, kelompok aspirasi dan disosiasi.[48] Dalam penelitian ini peneliti mengambil kelompok informal untuk diteliti, yang mana kelompok acuan yang terkait dengan konsumen ini berupa kelompok pertemanan atau persahabatan.

---

[44] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2,305
[45] *Ibid.,*305
[46] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup,2010)cetakan ke-4,190
[47] *Ibid.,*190
[48] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*(Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), edisi ke-2,306

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

Kelompok persahabatan adalah kelompok informal dan mungkin bisa membentuk kelompok primer atau sekunder.[49]

Kelompok persahabatan adalah seorang sahabat atau suatu kelompok persahabatan yang dapat menjadi salah satu pemberi pengaruh dalam hal sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan saat seseorang ingin melakukan sebuah pembelian. Seorang konsumen akan seringkali bertanya pendapat teman sebelum mengambil keputusan, karena teman atau sahabat merupakan orang yang dapat di percaya oleh konsumen dan menjadi orang terdekat bagi konsumen setelah keluarga.[50]

a. Faktor-faktor pengaruh kelompok acuan, yaitu:

1) Pengaruh Normatif

Pengaruh normatif yaitu pengaruh dari kelompok acuan terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti.[51]

2) Pengaruh Ekspresi Nilai

Kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang melalui fungsi sebagai pembawa ekspresi nilai.[52]

3) Pengaruh Informasi

[49] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,308*
[50] Moch. Zulkifli Machmud, Edy Yulianto, dan Sunarti, "Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya Terhadap Keputusan Pembelian" (Universitas Brawijaya Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) vol. 47 No. 2 juni 2017) 182
[51] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,*307
[52] *Ibid.,*308

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

Kelompok acuan akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, sebab kelompok acuan tersebut sangat dipercaya sarannya.[53]

5. Konsep Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku

Perilaku dapat diartikan sebagai respon baik dalam bentuk reaksi, tanggapan, jawaban, dan balasan yang dilakukan oleh suatu organisme. Menurut KBBI perilaku ialah sebuah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.[54] Maka dapat dijelaskan maksud dari KBBI tersebut bahwa perilaku merupakan sebuah tanggapan baik dalam bentuk ucapan maupun tulisan yang dilakukan individu dalam bentuk reaksi individu maupun kelompok yang dipengaruhi oleh lingkungan sehingga muncul adanya sebuah rangsangan.

Sedangkan kata konsumtif dalam KBBI mempunyai arti bersifat konsumsi yang hanya memakai hasil produksi orang lain bukan hasil produksi sendiri.[55] Dengan ini dapat diartikan bahwa hasil produksi orang lain dikonsumsi oleh orang yang meniliki sifat konsumtif, biasanya hasil produksi ini didapatkan melalui kegiatan jual beli, dan sifat konsumtif ini biasanya terdapat pada konsumen,

---

[53] *Ibid.*,308

[54] Departemen Pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2004 edisi ke-3) hlm. 859

[55] Departemen Pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2004 edisi ke-3) hlm.590

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

konsumen dikatakan konsumtif apabila selalu bergantung pada hasil produksi orang lain.

Konsumsi dalam ekonomi Islam yakni berupa pemenuhan kebutuhan misalnya kebutuhan sandang, pangan, dan papan dengan dilandasi nilai spiritualisme dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Selain itu, konsumsi dalan Islam mewajibkan yang harus dipenuhi oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan (*had al-kifâyah)* dalam artian tidak berlebihan sehingga tidak *mubadzir*, baik dalam kebutuhan pribadi ataupun keluarga.[56] Hal ini tertera pada Q.S Furqon ayat 67 yaitu:

وَالَّذِيْنَ اِذَآاَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْاوَلَمْ يَقْتُرُوْاوَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا

Artinya: "*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian."*[57]

b. Pengertian Perilaku Konsumtif

[56] Said Sa'ad Marthon,*Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global,*(Zikrul Hakim: Jakarta,2007 cetakan ke-3)hlm.71

[57] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya,*(Semarang: PT Karya Toha Putra,2002)

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

Menurut Djamaludin Ancok mendeskripsikan bahwa perilaku konsumtif ialah lebih mengarah sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk(*throw-away society*), yang mana masyarakat suka ganti produk.[58] Pandangan ini dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif merupakan konsumsi barang secara berlebihan dan pembelian produk yang bermacam-macam untuk mencapai kepuasan dalam diri individu sehingga merasa individu yang bersifat konsumtif lebih baik dan berbeda dengan individu lain.

Menurut Elly M. Setiadi dan Usman Kolip perilaku konsumtif terjadi disebabkan adanya dampak dari globalisasi, yang mana pola-pola hidup kemewahan (hedonisme) menjandi dambaan dan pujian bagi seseorang.[59] Dimana pola hidup ini terjadi akibat dari banyaknya produk yang beredar akibat dari perdagangan bebas.

Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif lebih mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan atau terbuang sia-sia.[60] Dalam hal ini menyatakan bahwa perilaku konsumtif pembelian barang konsumsi oleh konsumen cenderung produk yang kurang bermanfaat.

Dari beberapa pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan pada manusia sebagai

---

[58] Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), cetakan pertama , hlm.60

[59] Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi* : *Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2011), hlm.734

[60] Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung : Penerbit, 2002), hlm.19

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

konsumen dalam memanfaatkan barang hasil produksi lebih kearah yang berlebihan dan memiliki manfaat yang rendah bagi konsumen.

c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Bagong Suyanto mengutip dari Ritzer beberapa penyebab terjadinya konsumen yang menjadikan konsumtif atau pemborosan yang menjadikan nyaris tak terkendali adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan kartu kredit yang menyebabkan masyarakat membelanjakan uang lebih banyak daripada semestinya dan melebihi persediaan uang yang ada. Sering terjadi, sebab difasilitasi kepemilikan kartu kredit yang mudah, konsumen sering kali membeli sesuatu yang tidak diperlukan.
2. Perkembangan *Shopping Mall* yang menjamur di berbagai sudut kota, bukan hanya memperlihatkan produk-produk terbaru, akan tetapi menawarkan sekaligus membujuk konsumen untuk membeli sesuatu yang tidak mereka butuhkan.
3. Perkembangan jaringan TV Shopping dan cyber mall yang memberikan kesempatan masyarakat berbelanja setiap waktu, sehingga dengan cara demikian meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membelanjakan uang mereka melebihi daripada yang semestinya.
4. Adanya berbagai katalog yang menawarkan produk-produk indusrti budaya dengan berbagai variasi yang memungkinkan masyarakat

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

membeli produk dari mana saja di dunia, dan mereka dibujuk untuk membeli produk yang sebenarnya tidak diperlukan.[61]

d. Aspek-aspek yang diukur dalam Perilaku Konsumtif

Dalam perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dapat dikatakan konsumtif yaitu pembelian impulsif (*implusive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*).[62]

a. Pembelian Impulsif (*Implusive buying*)

Pembelian implusif yakni pembelian yang dilakukan oleh individu secara tiba-tiba, yang biasanya dipengaruhi oleh faktor ketertarikan konsumen kepada penjual dalam menawarkan barang dagangan. Pembelian Implusif ini bersifat spontan dalam artian tidak direncanakan sebelumnya sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap barang yang dijual tersebut.[63]

Seseorang akan melakukan pembelian implusif biasanya disebabkan adanya ketertarikan pada strategi penjual dalam menjual produknya untuk mengelabuhi konsumen agar tertarik sehingga tawar-menawar yang dilakukan oleh penjual akan menarik konsumen untuk membelinya walaupun konsumen

---

[61] Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2013),hlm. 23

[62] Meida Devi Wardhani, "*Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*", (Skripsi Universitas Sebelas Maret, Surakarta,2009)hlm. 27-28

[63] Danang Sunyoto, *Op Cit.*, hlm. 77

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 tidak memiliki rencana sebelumnya untuk membeli produk itu.[64]

b. Pemborosan (Wasteful buying)

Dalam pemborosan biasanya konsumen dalam melakukan pembelian barang konsumsi secara berlebihan dan kurang bermanfaat, perilaku ini atas dasar menghambur-hamburkan materi demi konsumsi yang tidak jelas arahnya, biasanya perilaku ini bersifat kesenangan sesaat daripada kebutuhan pokok yang seharusnya lebih utama. Seperti mahasiswi kebanyakan lebih utama membeli perlengkapan perawatan tubuh bahkan mengikuti tren daripada membeli buku refrensi kuliah.[65]

c. Mencari kesenangan (*non rational buying*)

Konsumen dalam membeli barang konsumsi untuk mencari kesenangan semata. Kesenangan disini biasanya memanfaatkan waktu luang untuk mencari sebuah kesenangan sehingga seseorang akan berperilaku konsumtif.[66]

Waktu luang ini yang diteliti untuk mengukur perilaku konsumtif mahasiswi dalam mencarikesenangan yang menimbulkan *non rational buying* atau dapat diartikan kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak rasional dan tidak ada manfaatnya.

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

[64] Meida Devi Wardhani, "*Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*",27
[65] Meida Devi Wardhani, "*Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*",28
[66] *Ibid.*, 28

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

1. Hasil penelitian terdahulu yang pertama, Skripsi dari Meida Devi Wardhani yang ditulis tahun 2009 berjudul **"Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri".** Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Subjek dari penelitian ini adalah siswi kelas X SMA Negeri 1 Sragen. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri.
2. Penelitian kedua dari Luthfiyatul Auliya yang ditulis pada tahun 2017 berjudul "**Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (studi kasus mahasiswi prodi PGRA IAIN Purwokerto)**. Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tinggi rendahnya status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.
3. Penelitian ketiga didapat dari jurnal psikologi UNDIP vol. 12 No. 1 April 2013 yang disusun oleh Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah yang berjudul "**Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang**".

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

Secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif, adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

4. Penelitian keempat didapat dari jurnal vol:5 nomor:1 tahun 2015 yang disusun oleh Dias Kanserina yang berjudu **"Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA"** secara singkat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni deskripsi kuantitatif, adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh postif antara literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
5. Penelitian kelima didapat dari jurnal pendidikan humaniora vol.3 No.1 Maret tahun 2015 yang ditulis oleh Winda Aprillia, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo dengan judul **"Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan *Economic Literacy* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa"** penelitian ini bertujuan menguji pengaruh latar belakang ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi di keluarga dan *economic literacy* terhadap perilaku konsumsi

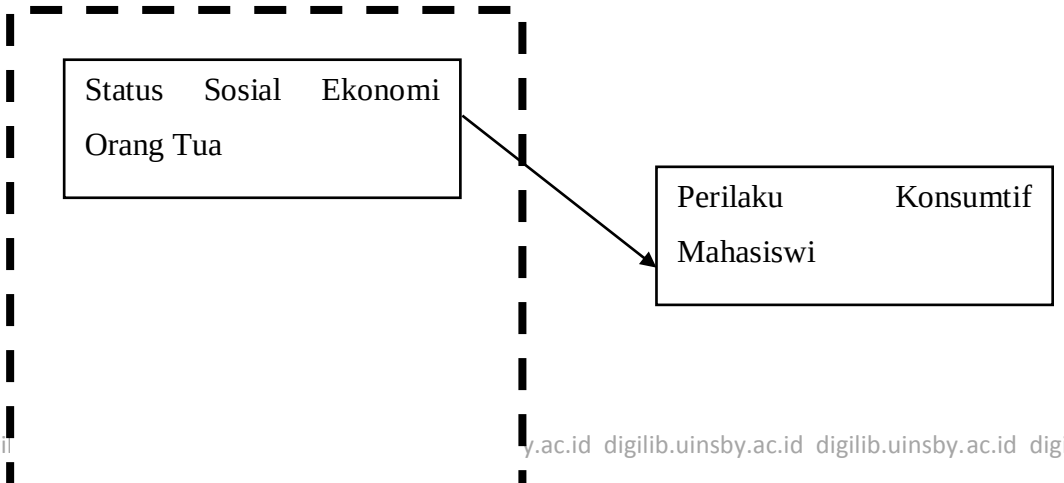
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif, adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara pengaruh latar belakang ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi di keluarga dan *economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

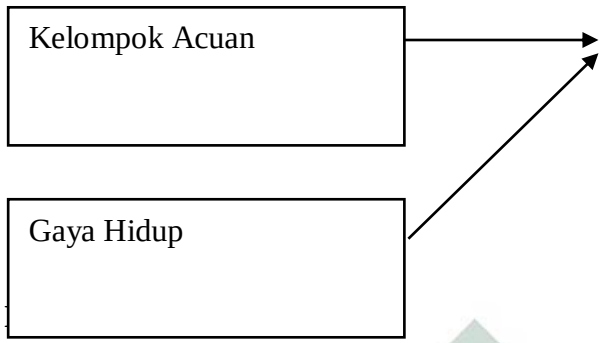
C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dirancang untuk dapat lebih memahami mengenai konsep peneliti dan arah dari hubungan variabel independen dan dependen. Dimana peneliti akan menggunakan metode parsial maupun simultan. Kerangka konseptual yang diterapkan dari peneliti dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 2.2



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



→ = pengaruh secara parsial

---------- = pengaruh secara simultan

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara status sosial ekonomi (X1), kelompok acuan (X2) dan gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumtif mahasiswi (Y) ekonomi syariah angkatan 2014-2016.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H0 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H2 :Kelompok Acuan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H0 :Kelompok Acuan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

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

H3 :Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H0 :Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H4 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Acuan dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

H0 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Acuan dan Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut,serta penampilan dari hasilnya.[67]

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu format deskriptif dan format eksplanasi. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan format deskriptif yaitu bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.[68]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya khususnya mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fokus penelitian ini adalah status sosial

---

[67] Connie Chairunnisa, *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi dalam Pendidikan dan Sosial* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 71.

[68] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 35-36.

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

ekonomi orang tua, teman sebaya, dan gaya hidup yang berpengaruh kepada perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016. Waktu penelitian yaitu bulan April 2017.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempuyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[69]

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mana jumlahnya yakni 361 orang mahasiswi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[70] Apabila peneliti menghadapi hambatan seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti tidak harus mempelajari semua populasi, cukup sebagian dari populasi namun sampelnya harus bener-benar representatif(mewakili).

Peneliti mengambil tehnik pengambilan sampel berupa *probability sampling*. *Probability Sampling* adalah tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi

[69] Sugiyono, *Metode Penellitian Manajemen*,(Bandung: Alfabeta,2015), hlm. 148
[70] *Ibid*,.149

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

untuk dipilih menjadi anggota sampel.[71] Sedangkan dari tehnik *probability sampling* ini, peneliti pengambil tehnik *Stratified Random Sampling.* Karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan memperhatikan sastra atau tingkatan yang ada dalam populasi itu.

Rumus yang digunakan peneliti ialah Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel berdasarakan tingkat kesalahan 5%. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Rumus 3.1

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Presentasi kesalahan yang ditoleransi

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{361}{1 + 361.0{,}05^2} = 189$$

Tabel 3.2

[71] *Ibid*,.152

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

Angkatan Tahun	Populasi (N)	Sampel (n)
2014	110	58
2015	121	63
2016	130	68
Total	**361**	189

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjumlah 189 mahasiswi.

D. Variabel Penelitian

variabel adalah konstruk *(constructs)* atau sifat yang dipelajari.[72] Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu independen dan dependen.

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah status sosial ekonomi orang tua(X1), kelompok acuan(X2) dan gaya hidup(X3).

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

[72] *Ibid*,.95

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

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat,karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016.

E. Definisi Operasional

Dikutip dari Sugiono didalam bukunya menjelaskan bahwa devinisi oprasional adalah spesifikasi bagaimana suatu variabel yang akan diteliti didefinisikan secara oprasional dan diukur. [73]

Definisi operasional dari penelitian di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	Status Sosial dapat disamakan dengan kelas sosial, yang berarti pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas berbeda atau disebut juga strata yang berbeda.[74]	- Pendidikan - Pekerjaan - Pendapatan - Pemilikan Harta Benda
Kelompok Persahabas	Kelompok persahabatan adalah kelompok informal dan mungkin bisa	- Pengaruh Normatif - Pengaruh Ekspresi

[73] *Ibid*,.179
[74] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,* 265

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

	membentuk kelompok primer atau sekunder.[75] Artinya seorang sahabat atau suatu kelompok persahabatan yang dapat menjadi salah satu pemberi pengaruh dalam hal sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan saat seseorang ingin melakukan sebuah pembelian.	Nilai - Pengaruh Informasi
Gaya Hidup	Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.[76]	- Aktivitas - Minat - Opini
Perilaku Konsumtif Mahasiswi	Menurut Djamaludin Ancok mendeskripsikan bahwa perilaku konsumtif ialah lebih mengarah sikap masyarakat menjadi masyarakat pembuang produk(*throw-away society*), yang mana masyarakat suka ganti produk.[77] Pandangan ini dapat diartikan	tiga aspek seseorang atau kelompok dapat dikatakan konsumtif yaitu: - pembelian impulsif (*implusive buying*) - pemborosan (*wasteful buying*)

[75] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,308*
[76] *Ibid*, hlm.45
[77] Meida Devi Wardhani, "*Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*", (Skripsi Universitas Sebelas Maret, Surakarta,2009)hlm. 27-28

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

	bahwa individu yang bersifat konsumtif merasa dirinya lebih baik dan berbeda dengan individu lain, sehingga dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan dan pembelian produk yang bermacam – macam untuk mencapai kepuasan.	- mencari kesenangan (*non rational buying*).[78]

F. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang mengunakan daftar pertanyaan atau kuisioner untuk melihat pertanyaan dalam kuisioner tersebut yang diisi oleh responden layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data.[79]

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan dari suatu variabel. Daftar pertanyaan tersebut pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.[80]

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Dari pengujian validitas selanjutnya hasil r hitung kita

[78] Meida Devi Wardhani, "*Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*", (Skripsi Universitas Sebelas Maret, Surakarta,2009)hlm. 27-28
[79] V. Wiratna Sujarweni,"*SPPS untuk Penelitian*",(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), hlm.192
[80] *Ibid*, hlm. 192

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

bandingkan dengan r tabel dimana df=n-2 dengan signifikan 5%. Jika r tabel< r hitung maka valid.[81]

Uji Realibilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimenensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertayaan. Jika nilai Alpha >0,60 maka reliabel.[82]

G. Data dan Sumber data

1) Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian biasanya dikelompokkan ke dalam beberapa kategori:

a. Pengelompokan data menurut sumber pengambilannya yakni peneliti mengambil data primer yang mana data tersebut diperoleh dari sumber yang utama atau sumber asli, baik yang diperoleh dari wawancara ataupun kuisioner. Data primer merupakan data mentah yang nantinya diolah untuk tujuan tertentu seuai dengan kebutuhan peneliti.[83]data primer dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer berupa kusioner tentang status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup, kelompok acuan, dan perilaku konsumtif. Dan juga peneliti juga mengambil data sekunder yakni yang mana data tersebut merujuk kepada data premier yang sudah diolah dan disajikan oleh pihak lain.

[81] *Ibid*, hlm. 192
[82] *Ibid*, hlm. 192
[83]Basilius Redan Werang,"*PENDEKATAN KUANTITATIF dalam PENELITIAN SOSIAL"*,(Yogyakarta: CALPULIS,2015), hlm.110

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

Disini peneliti mendapat data sekunder berupa daftar nama mahasiswa ekonomi syariah angkatan dari tahun 2014 hingga 2016, buku teori status sosial ekonomi orang tua, teori gaya hidup, teori kelompok acuan dan teori konsumsif.

b. Pengelompokan data menurut waktu pengambilannya yakni peneliti mengambil data *Cross Section* yang mana data tersebut ialah sekumpulan data hasil dari suatu penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu seperti pengisian kuisioner. Dalam tahap ini, peneliti kurun waktu 1 bulan yakni dimulai tanggal 23 April 2018 – 23 Mei 2018.

c. Pengelompokan Data Menurut Tingat Pengukuran

1. Data Nominal

   Skala Kategori yakni suatu instrumen berupa pertanyaan yang umumnya telah disediakan alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden.[84] Misalnya dalam penelitian ini peneliti menggunakan data nominal berupa pilihan ganda, seperti a,b,c,d,e.

2. Data Interval

   Skala Likert dapat disebut juga dengan *summated-rating scale*. Skala tersebut merupakan skala yang paling sering dan paling luas digunakan dalam penelitian. Untuk mendapatkan skala seperti yang dimaksud Likert, instrumen harus didesain

[84] Zainal Mustafa EQ,"*Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*",(Yogyakarta:Graha Ilmu, 2009), hlm.75

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

sedemikian rupa, umumnya menggunakan pertanyaan tertutup dengan lima (5) alternatif jawaban secara berjenjang.[85] Jejang jawaban tersebut adalah: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

2) Sumber Data

Data penelitian dapat dikumpulkan dari berbagai sumber. Sumber data yakni salah satu elemen yang paling penting dalam penelitian. Sumber data ialah subjek dari mana data tersebut diperoleh, dalam penelitian ini peneliti mendapatkan sumber data melaui angket atau kuisioner.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebanyarkan kuesioner (angket) kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear ganda akan dapat dikatakan sebagai model regresi linear ganda yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas

[85] Zainal Mustafa EQ,"*Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*",(Yogyakarta:Graha Ilmu, 2009), hlm.76

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

data dan bebas asumsi klasik statistik baik itu multikolinieritas, autokolerasi, dah heterokedastisitas.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan menyebabkan korelasi yang kuat. Selain itu pengujian ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.[86]

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan-pengamatan yang lain. Jika varian dari suatu pengamatan ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya

[86] V. Wiratna Sujarweni,"SPPS untuk Penelitian",(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), hlm.185

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

heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.

Model yang digunakan adalah model atau metode *glejser* dengan dasar pengambilan keputusan membandingkan nilai *sig* variabel independen dengan tingkat kepercayaan (α = 0,05). Apabila nilai *sig* lebih besar dari nilai α (*sig* α) maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalita dapat dilihat dengan menggunakan ***Uji Normal Kolmogorov Smirnov***.[87] Uji normalitas kolmogorov-smirnov bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian, berdistibusi normal atau berdistribusi tidak normal.[88] Uji tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan program analisis IBM SPSS Statistik 20. Apabila nilai probabilitas ≤0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, begitupun sebaliknya, apa bila nilai probabilitas ≥ 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi secara tidak normal (santoso, 2004) [89]

2. Analisis Regresi Linear Berganda

[87] V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitia,* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015),52.
[88] Danang Sunyoto, *Validitas & Reliablitas,* (Yogyakarta: Nuha Medika,2012), 100.
[89] Basilius Raden Werang, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial,* (Yogyakarta : Calpulus, 2015),*141.*

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

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh anatara variabel satu dengan variabel yang lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen.[90] Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan regresi linear berganda.

Regresi yang mempunyai satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:[91]

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + ... + e$$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dalam variabel pada variabel dependen. Artinya uji, koefisien determinasi dilakukan untuk menghitung seberapa besar perubahan variasi dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R^2 adalah antara 0 sampai dengan 1. Nilai R – *squares* 0,75 menunjukan model kuat, 0,50 menunjukkan model sedang, dan model 0,25 menunjukkan lemah.[92] Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen. Atau variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak menjelaskan sedikitpun variai variabel dependen.

---

[90] V. Wiratna Sujarweni,"SPPS untuk Penelitian",(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), hlm.144
[91] *Ibid.*,149
[92] Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariet Teknik dan Aplikasi menggunakan program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Alfabeta,2013),80

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

Sebaliknya jika $R^2 = 1$, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi model dependen.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan jika R^2 yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila R^2 semakin mendekati 0 maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel independen terhadap dependen.

4. Uji F

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.[93] Dasar pengambilan keputusan uji F ini adalah jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka Ho ditolak, namun sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka Ho diterima.

5. Uji T

Uji T adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (secara parsial). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat di generalisasikan). Pengujian ini dilakukan menggunakan tingkat signifikan 0,05, dan dari hasil

[93]Russeley Inti Dwi Permata,et.al, "*Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan MusyarakahTerhadap Tingkat Profitabilitas (Return On Equity)* pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Bank Indonesia", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.12, No.1.(Juli,2014)7

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

pengujian t membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:[94]

1) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka terima Ha atau tolak Ho, dan apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka tolak Ha atau terima Ho, dan apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

[94] Abdul Muhid, *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Statistik dengan SPSS for Windows*(Sidoarjo:Zifatma,2012), 58-59.

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya didirikan berdasarkan Izin Pembukaan Program Studi dari Departemen Agama lewat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: Dj. I/306/208, tertanggal 04 September 2008. Dilihat dari sejarahnya, program studi ekonomi syariah merupakan salah satu prodi dibawah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel pada tahun 2009 bersamaan dengan tiga prodi uang lain, yakni akhwalus Syakhsiyah(hukum keluarga), Muamalah (hukum ekonomi Islam) dan Jinayah Siuasah (Hukum Pidana Islam).[95]

Kemudian sejak tahun 2012, melalui keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor: 561 tahun 2012 tentang izin penyelenggaraan dan operasional program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel,fokus kajian keilmuan diarahkan pada bidang Ekonomi dan bisnis – bisnis Islam, nama yang memiliki

[95] Diambil dari http://es.febi.uinsby.ac.id/index.php/profil/ pada tanggal 13 Mei 2018 pukul 03.45 Wib

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

nilai jual (*marketable*). Status terakreditasi dari BAN – PT telah diperoleh Prodi Ekonomi Syariah pada tahun 2012 adalah nilai akreditasi B (Baik), berdasarkan keputusan Departemen Pendidikan Nasional Rebublik Indonesia Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN – PT) Nomor: 028/BAN-PT/Ak-XV/S1/X/2012 tanggal 18 Oktober 2012. Selanjutnya dengan perubahan status IAIN Sunan Ampel menjadi UIN Sunan Ampel pada tahun 2013 berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2013 tentang perubahan Institut Agama Islam Sunan Ampel Surabaya menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maka prodi Ekonomi terkabung dalam Fakultas Baru yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan berada dibawah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam.[96]

Visi dari Prodi Ekonomi Syariah yakni menjadi pusat kajian dan pengembangan Ekonomi Islam yang unggul, mandiri dan berwawasan global pada tahun 2020. Sedangkam Misi dari prodi Ekonomi Syariah yakni menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Ekonomi Islam secara baik dan benar, mengembangkan penelitian Ekonomi Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, meningkatkan peran serta dalam perbaikan kesejahteraan masyarakat serta membangun dan memperkuat kerjasama dengan berbagai pihak, dalam dan luar negeri.[97]

2. Karakteristik Responden

[96] Diambil dari http://es.febi.uinsby.ac.id/index.php/profil/ pada tanggal 13 Mei 2018 pukul 03.45 Wib
[97] *Ibid*

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

a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Seringkali jenis kelamin dapat menjadikan pembeda dalam berperilaku konsumsi antar individu. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 4.1

Jumlah Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	189

Data diolah secara manual, 2018

Sumber : Kuesioner Penelitian Mei-Juli 2018

Dari data diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 189 orang responden mahasiswi, dipenelitian ini peneliti memiliki target bahwa yang diteliti harus mahasiswi.

b. Pendidikan

Pendidikan akan menentukan tingkat status sosial sebuah keluarga karena pendidikan anggota keluarga akan berkolerasi dengan pekerjaan anggota keluarga tersebut. Pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang

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

dilakukan oleh seorang konsumen. [98]Berikut tabel pendidikan orang tua responden berdasarkan hasil penelitian di lapangan.

Tabel 4.2

Tingkat Pendidikan Orang Tua (Ayah) dari Mahasiswi

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SD/MI	34	17,99%
SMP/MTS	25	13,23%
SMA/SMK	89	47,09%
Diploma	1	0,53%
Sarjana	40	21,16%
Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel gambar tersebut menggambarkan bahwa tingkat pendidikan orang tua dari Ayah terbesar adalah kategori SMA (Sekolah Menengah Atas) / SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) sebesar 47,09% sama dengan 89 orang, kemudian Sarjana sebesar 21,46% sama dengan 40 orang, selanjutnya SD (Sekolah Dasar)/ MI (Madrasah Ibtidaiyah) sebesar 17,99% sama dengan 34 orang, diikuti selanjutnya kategori SMP (Sekolah Menengah Pertama)/ MTS (Madrasah Tsanawiyah) sebesar 13,23% sama dengan 25 orang dan yang terakhir diikuti kategori Diploma sebesar 0,53% sama dengan 1 orang.

Tingkat Pendidikan Orang Tua (Ibu) dari Mahasiswi

[98]*Ibid.*, hlm.254

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

Tabel 4.3

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SD/MI	41	21,69%
SMP/MTS	37	19,58%
SMA/SMK	75	39,68%
Diploma	3	1,59%
Sarjana	33	17,46%
Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel di atas dapat menggambarkan bahwa tingkat pendidikan orang tua dari Ibu yang terbesar terletak pada tingkat SMA/SMK sebesar 39,68% sama dengan 75 orang, kemudian diikuti dengan tingkat pendidika SD/MI sebear 21,69% sama dengan 41 orang, selanjutnya tingkat pendidikan SMP sebesar 19,58% sama dengan 37 orang, berikutnya di ikuti tingkat pendidika Sarjana sebesar 17,46% sama dengan 33 orang dan yang terakhir dari tingkat pendidikan Diploma sebesar 1,59% sama dengan 3 orang.

c. Pekerjaan

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

Tingkat Pekerjaan Orang Tua (Ayah) dari Mahasiswi

Tabel 4.4

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Pejabat Pemerintah	2	1,06%
PNS	23	12,17%
Pegawai Swasta	74	39,15%
Wirausaha	56	29,63%
Lainnya	34	17,99%
Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel tersebut menyatakan bahwa pekerjaan orang tua bapak dari mahasiswi yang terbesar adalah kategori pertama pegawai swasta sebesar 39,15% sama dengan 74 orang, kemudian diikuti kategori wirausaha yakni sebesar 29,63%, selanjutnya diikuti oleh lainnya sebesar 17,99%, kemudian ada PNS sebesar 12,17% dan yang terakhir ditempati kategori pejabat pemerintah sebesar 1.06%.

Tingkat Pekerjaan Orang Tua (Ibu) dari Mahasiswi

Tabel 4.5

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Pejabat Pemerintah	0	0%
PNS	4	2,12%
Pegawai Swasta	28	14,81%
Wirausaha	42	22.22%
Ibu Rumah Tangga	115	60,85%

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

Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa pekerjaan orang tua Ibu dari mahasiswi yang terbesar adalah Ibu rumah tangga yang mana jumlahnya sebesar 60,85% sama dengan 115 orang, kemudian di ikuti oleh kategori wirausaha sebesar 22,22% sama dengan 42 orang, selanjutnya di ikuti oleh kategori pekerjaan pegawai swasta yang mana jumlahnya sebanyak 14,81% sama dengan 28 orang dan yang terakhir yakni kategori PNS sebanyak 2,12% sama dengan 4 orang.

Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta untuk ayah mahasiswi, sedangkan untuk ibu pekerjaan terbesar yakni ibu rumah tangga hal ini peran gender seseorang akan berpengaruh pada anggota keluarga.

d. Pendapatan

Pengukuran pendapatan dari orang tua mahasiswi penulis menggunakan lima kategori pendapatan yaitu kategori satu kurang dari Rp. 1.800.000,00, kategori dua Rp. 1.800.000,00 – Rp. 3.000.000,00 kategori tiga Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 kategori empat Rp. 4.000.000,00 – Rp. 7.000.000,00 kategori lima lebih dari Rp. 7.000.000,00.

Tingkat Pendapatan Orang Tua dari Mahasiswi

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

Tabel 4.6

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Lebih dari Rp. 7.000.000,00	19	10,06
Rp.4.000.000,00 – Rp.7.000.000,00	51	26,98
Rp. 3.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00	44	23,28
Rp. 1.800.000,00 – Rp. 3.000.000,00	41	21,69
Kurang dari Rp. 1.800.000,00	34	17,99
Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel tersebut julah yang pendapatan terbanyak dari orang tua mahasiswi adalah pada kategori empat (Rp. 4000.000 – Rp. 7.000.000) yaitu 26,98% sama dengan 51 orang.

e. Tagihan listrik

Tagihan listrik

Tabel 4.7

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Lebih dari Rp. 750.000,00	16	8,46%
Rp.400.000,00 – Rp.750.000,00	27	14,29%
Rp. 250.000,00 – Rp. 400.000,00	33	17,46%
Rp. 100.000,00 – Rp. 250.000,00	69	36,51%
Kurang dari Rp. 100.000,00	44	23,28%
Jumlah	**189**	**100%**

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa besar tagihan listrik rumah dari orang tua mahasiswi yakni dikisaran Rp.

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

100.000,00 – Rp. 250.000,00 perbulannya sebanyak 36,51% sama dengan 69 orang dari 189 responden.

f. Kendaraan yang dimiliki

Dalam mengukur kepemilikan harta keluarga penulis mengukur menggunakan harta kendaraan yang dimiliki oleh orang tua mahasiswi dengan membaginya menjadi lima kategori. Kategori pertama tidak mempunyai kendaraan, kategori ke dua hanya memiliki sepeda saja,

Jenis kendaraan yang dimiliki oleh orang tua mahasiswi

Tabel 4.8

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Mobil dan sepeda motor	47	24,87%
Mobil	12	6,35%
Sepeda motor	111	58,73
Sepeda	11	5,82%
Tidak mempunyai	8	4,23%
Jumlah	**189**	**100%**

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

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

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan suatu data atau kesesuaian suatu angket yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dari para responden. Dan hasil pernyataan yang di sebar di Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014-2016 UIN Sunan Ampel Surabaya dinyatakan valid, apabila menggunakan jumlah responden sebanyak 189 responden sebagai sampelnya maka r tabel dapat diperoleh melalui product moment person dengan df (degree of freedom)=n-2, sehingga df=189-2=187, maka r tabel = 0,120. Sehingga r hitung di masing-masing pernyataan lebih besar dari r tabel yakni 0,120 . Berikut hasil uji validitas yang digunakan penliti :

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,256	0,120	Valid
2.	0,164	0,120	Valid
3.	0,206	0,120	Valid
4.	0,155	0,120	Valid
5.	0,275	0,120	Valid
6.	0,188	0,120	Valid
7.	0,288	0,120	Valid
8.	0,275	0,120	Valid
9.	0,255	0,120	Valid
10.	0,489	0,120	Valid
11.	0,418	0,120	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

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

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,694	0,120	Valid
2.	0,540	0,120	Valid
3.	0,603	0,120	Valid
4.	0,671	0,120	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.11

Uji Validitas Variabel Kelompok Persahabatan

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,542	0,120	Valid
2.	0,555	0,120	Valid
3.	0,410	0,120	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.12

Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,491	0,120	Valid
2.	0,594	0,120	Valid
3.	0,718	0,120	Valid
4.	0,546	0,120	Valid
5.	0,597	0,120	Valid
6.	0,604	0,120	Valid
7.	0,489	0,120	Valid
8.	0,657	0,120	Valid
9	0,395	0,120	Valid
10.	0,515	0,120	Valid
11.	0,589	0,120	Valid
12.	0,557	0,120	Valid
13.	0,584	0,120	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah angket yang akan kita sebarkan benar-benar terpercaya untuk dijadikan alat

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

pengumpulan data, meskipun angket tersebut digunakan berkali-kali dalam penelitian, tingkat konsistensi angket tersebut dapat dihandalkan.

Tabel 4.13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	31

Sumber : Statistic Spss 20

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai Cronbach'a Alpha. Dimana jika nilai Alpha > 0,60 maka kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Dapat dilihat dari tabel diatas kita dapat mengetahui bahwa nilai Cronbach's Alpha tersebut sbesar 0,902 dimana angka tersebut diatas angka 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan menyebabkan korelasi yang kuat. Selain itu pengujian ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi

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

multikolinieritas.[99] Hasil uji multikolinieritas penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.252	2.709		3.785	.000		
	Status Sosial Ekonomi Orang Tua	-.091	.074	-.064	-1.217	.225	.923	1.084
	Gaya Hidup	2.197	.207	.695	10.595	.000	.600	1.667
	Kelompok Persahabatan	.260	.252	.067	1.033	.303	.620	1.613

Sumber : Statistik Spss 20

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan output diatas dapat kita ketahui bahwa : Nilai VIF variabel Status Ekonomi Orang Tua (XI) sebesar 1,084 lebih kecil dari 10,00 Variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 1,667 lebih kecil dari 10,00 dan Variabel Kelompok Acuan sebesar 1,613 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas.

b. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakakan memiliki distribusi yang normal atau

[99] V. Wiratna Sujarweni,"SPPS untuk Penelitian",(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), hlm.185

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

tidak. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		189
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.00125641
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.033
Kolmogorov-Smirnov Z		1.034
Asymp. Sig. (2-tailed)		.235

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Statistik Spss 20

Berrdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,235 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normal.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam data tersebut ada data yang heterokedastisitas atau tidak Berikut hasil perhitungan di Spss 16.

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

Tabel 4.16

Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.013	1.751		1.721	.087
	Status Ekonomi Orang Tua	.037	.048	.059	.773	.440
	Kelompok Persahabatan	.177	.134	.124	1.319	.189
	Gaya Hidup	-.087	.163	-.050	-.536	.593

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Statistik Spss 20

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai signifikasi variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1) sebesar 0,440 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1). Sementara itu, diketahui nilai signifikasi variabel Kelompok Persahabatan (X2) yakni 0,189 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskidastisitas pada variabel kelompok acuan (X2). Selanjutnya dapat kita ketahui nilai signifikan dari variabel Gaya Hidup (X3) sebesar 0,593 lebih besar dari 0,05, dapat diartikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada variabel gaya hidup.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

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

Peneliti menggunakan bantuan Spss 16 untuk melakukan analisis regresi linier berganda yang bertujuan utnuk mengetahui bagaimana pegaruh variabel bebas yang terdiri dari status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan gaya hidup terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif mahasiswi. Model persamaan yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda ini adalah sebagai berikut :

Rumus 4.17

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + ... + e$$

Tabel 4.18
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.778	6.276		-2.514	.013
	Status Sosial Ekonomi Orang Tua	2.405	.358	.412	6.718	.000
	Kelompok Persahabatan	.743	.240	.188	3.089	.002
	Gaya Hidup	2.323	.528	.274	4.401	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Sumber : Data Primer yang diolah Spss 20

Dari tabel 4.19 diatas, maka dapat diketahui hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -15,778 + 2,405X_1+0,743X_2+2,323X_3 = -10,307$$

Keterangan :

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

Konstanta (a) = -15,778. Konstanta sebesar -15,778 menyatakan bahwa tanpa adanya status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan faya hidup maka besaran nilai perilaku konsumtif mahasiswp sebesar -15,778.

Koefisien X_1 (b_1) = 2,405. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel independen lain nilainya tetap, maka variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua mengalami kenaikan sebesarnya 2,405.

Koefisien X_2 (b_2) = 0,743. Hal ini menjelaskan bahwa apabila variabel independen lain nilainnya tetap, maka variabel Kelompok Acuan mengalami kenaikan sebesar 0,743.

Koefisien X_3 (b_3) = 2,323. Hal ini menjelaskan bahwa apabila variabel independen lain nilainnya tetap, makavariabel Gaya Hidup mengalami kenaikan sebesar 2,323.

b. Uji Kofisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dalam variabel pada variabel dependen. Artinya uji, koefisien determinasi dilakukan untuk menghitung seberapa besar perubahan variasi dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 4.19

Analisis Koefisiensi Determinasi

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

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585[a]	.342	.331	8.306

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Sumber : Data Primer yang diolah Spss 20

Berdasarkan data tabel 4.20 dapat diketahui hasil nilai R Square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu sebesar 0,342 sehingga dapat di artikan bahwa presentase variabel status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi sebesar 34,2% sedang sisanya 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

c. Uji F

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.[100] Dasar pengambilan keputusan uji F ini adalah jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka Ho ditolak, namun sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka Ho diterima.

Tabel 4.20

Hasil Uji F

ANOVA[b]

[100]Russeley Inti Dwi Permata,et.al, "*Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan MusyarakahTerhadap Tingkat Profitabilitas (Return On Equity)* pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Bank Indonesia", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.12, No.1.(Juli,2014)7

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6623.926	3	2207.975	32.004	.000[a]
	Residual	12763.291	185	68.991		
	Total	19387.217	188			

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Sumber : Data Primer yabg diolah Spss 20

Nilai hitung uji F menunjukkan sebesar 32,004 dengan signifikan sebesar 0,000. Untuk mencari nilai F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkatan signifikasi 0,005 dengan d2 = (n – k) atau 189-3 = 186. Sehingga F tabel yang ditemukan sebesar 2,65.

Dari pengujian tersebut di temukan kriteria sebagai berikut:

Hipotesis di terima apabila F hitung > F tabel

Hipotesis di tolak apabila F hitung < F tabel

Keputusan

Apabila F tabel < F hitung (2,65 < 32,004) dan signifikasi < 0,05 (0,000 < 0,05), maka Ho diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

d. Uji T

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

Uji T (Persial) bertujuan untuk mengetahui apakan secara persial status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh atau tidak terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014-2016 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pengujia ini memakai tingkat signifikasi 0,05 dan 2 sisi.

Tabel 4.21

Uji T (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.778	6.276		-2.514	.013
	Status Sosial Ekonomi Orang Tua	2.405	.358	.412	6.718	.000
	Kelompok Persahabatan	.743	.240	.188	3.089	.002
	Gaya Hidup	2.323	.528	.274	4.401	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Sumber : Data Primer yang diolah 20

an data tabel 4.22 diatas, maka dapat diketahui:

1. Uji Hipotesis : status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

   H1 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

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

H0 :Status Sosial Ekonomi Orang Tua tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

hasil T hitung memperoleh nilai sebesar 6,718 dengan signifikan yang diperoleh 0,000. T tabel dapat dilihat di tabel statistik pada tingkat signisikasi 0,05/2 = 0,025 dengan df2 = (n-k-1) atau 189-2-1= 186. Sehingga memperoleh hasil T tabel sebesar 1,972

Kriteria Penguji

Jika t hitung > t tabel jadi H1 diterima

Jika t hitung < t tabel H0 diterima

Berdasarkan signifikasi :

Jika signifikasi < 0,05 maka H1 diterima

Jika signifikasi > 0,05 maka H0 diterima

Keputusan :

Nilai T hitung > T tabel (2,472 > 1,972) artinya H1 diterima, dan signifikasi < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

2. Uji Hipotesis 2 : Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

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

H2 :Kelompok Acuan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H0 :Kelompok Acuan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

Angka T hitung sebesar 3,089 dan nilai signifikasi sebesar 0,002. T tabel dapat dilihat di tabel statistik pada tingkat signisikasi 0,05/2 = 0,025 dengan df2 = (n-k-1) atau 189-2-1= 186. T tabel sebesar 1,972

Kriteria Penguji

Jika t hitung > t tabel jadi H2 diterima

Jika t hitung < t tabel H0 diterima

Berdasarkan signifikasi :

Jika signifikasi < 0,05 maka H2 diterima

Jika signifikasi > 0,05 maka H0 diterima

Keputusan :

Nilai T hitung > T tabel (3,089 > 1,972) artinya H2 diterima, dan signifikasi < 0,05 (0,002 < 0,05) maka H2 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa Kelompok Acuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

3. Uji Hipotesis 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

H3 :Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

H0 :Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi.

Angka T hitung sebesar 4,401 dan nilai signifikasi sebesar 0,000. T tabel dapat dilihat di tabel statistik pada tingkat signisikasi 0,05/2 = 0,025 dengan df2 = (n-k-1) atau 189-2-1= 186. T tabel sebesar 1,972

Kriteria Penguji

Jika t hitung > t tabel jadi H3 diterima

Jika t hitung < t tabel H0 diterima

Berdasarkan signifikasi :

Jika signifikasi < 0,05 maka H1 diterima

Jika signifikasi > 0,05 maka H0 diterima

Keputusan :

Nilai T hitung > T tabel (4,401 > 1,972) artinya H3 diterima, dan signifikasi < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014-2016 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

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

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengelolaan data melaui uji statistik, dilakukan analisis hasil penelitian. Selanjutnya dari hasil penelitian tersebut akan diinterpretasikan dalam pembahasan.

A. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Tabel 5.1

Hasil Pengujian variabel Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Variabel yang di ujikan	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Nilainya	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Signifikannya
Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi	2,472	0,000

Tabel di atas di olah dari hasil Spss 20

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua secara parsial berhubungan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Pengaruh kedua variabel di atas yaitu status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswi mempunyai

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

pengaruh yang kuat dan signifikan. Hal ini dapat di lihat dari hasil uji T dimana nilai T hitung dari variabel ini menunjukkan nilai 6,718 yang mana nilai T hitung tersebut lebih besar dibandingkan T tabel yakni 1,972 sementara apabila di lihat dari nilai signifikannya variabel status sosial ekonomi orang tua memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil daripada 0,05 sehingga dari hasil perhitungan nilai uji T dan melihat nilai signifikannya dibawah 0,05 , maka dapat di ambil keputusan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Ini dapat di artikan bahwa, semakin tinggi status sosial ekonomi di sebuah keluarga tersebut maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat di lihat dari hasil lapangan dimana banyak mahasiswi yang masih meminta ke orang tuanya untuk kepentingan diluar perkuliahan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh Ujang Sumarwan dalam bukunya yang berjudul Perilaku Konsumen, di dalam buku tersebut ujang sumarwan memaparkan bahwa status sosial atau kelas sosial yaitu pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan, pendidika, pendapatan, kepemilikan harta benda, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dianut. Perbedaan tersebut juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang atau keluarga.[101]

[101] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,* 265

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

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Antoni Widodo (2015)[102], dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswi pendidikan Ilmu pengetahuan Sosial (P.IPS) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Artinya semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi.

B. Pengaruh Kelompok Persahabatan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Tabel 5.2

Hasil Pengujian variabel Pengaruh Kelompok Persahabatan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Variabel yang di ujikan	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Nilainya	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Signifikannya
Pengaruh Kelompok Persahabatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi	3,089	0,002

Tabel di atas di olah dari hasil Spss 20

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa kelompok acuan secara parsial berpengaruh kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

[102] Antoni Widodo, ”Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi(Study Kasus Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah)” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), 80

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

mahasiswi. pengaruh kedua variabel di atas yaitu kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan Hal ini dapat dilihat dari hasil uji T dimana nilai T hitung dari variabel kelompok acuan sebesar 3,089 nilai tersebut lebih besar daripada nilai T tabel yang menunjukkan sebesar 1,972 sementara apabila di bandingan dengan nilai signifikannya, variabel kelompok acuan memiliki nilai signifikan sebesar 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat di ambil kesimpulan apabila nilai uji T lebih besar dari T tabel dan nilai signifikannya dari uji T tersebut kurang dari 0,05, maka variabel kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Ini dapat diartikan bahwa,semakin sering bertemu atau bertatap muka dengan sahabat dan berkumpul bersama sahabat maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini dapat di lihat dalam kelompok pertemanan yang dapat mempengaruhi mahasiswi untuk berperilaku konsumtif. Sesuai penelitian terhadap responden, banyak mahasiswi ketika sedang berkumpul dengan sahabatnya mereka tidak menyadari bahwa mereka mengkonsumsi berlebihan. Seperti terjadi di lapangan ketika peneliti membagikan kuesioner di salah satu pondok mahasiswi di sekitar kampus UINSA, kebanyakan mereka membeli makanan di luar pondok sementara di pondok itu sendiri sudah di sediakan jatah makan. Alasan dari mahasiswi ketika peneliti bertanya yakni mereka bosan dan ingin merasakan makanan lain dan selain itu mereka baru menerima kiriman uang sehingga mereka berkeinginan membeli makanan bahkan sampai barang yang mereka inginkan

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

berupa baju.[103] Hal tersebut menandakan bahwa mereka belum bisa mengatur mana kebutuhan dan yang mana keinginan, sedangkan di dalam Ekonomi Islam kita diajarkan harus bisa membedakan keinginan dan kebutuhan. Variabel ini lebih cenderung pada perilaku konsumsi bukan konsumtifnya.

Penelitian ini sesuai teori yang di ungkapkan oleh ujang suwarman di bukunya yang mengatakan bahwa Kelompok persahabatan adalah kelompok informal dan mungkin bisa membentuk kelompok primer atau sekunder.[104] Artinya seorang sahabat atau suatu kelompok persahabatan yang dapat menjadi salah satu pemberi pengaruh dalam hal sikap, selera, dan proses pengambilan keputusan saat seseorang ingin melakukan sebuah pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tian Kusuma Anggadini dalam Skripsinya yang berjudul Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif.[105]

C. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

[103] Salma Mahmuda, Mahasiswi Ekonomi Syariah yang tinggal di Pondok Pesantren Mahasiswi An-Nuriyah surabaya
[104] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,308*
[105] Tian Kusuma Anggadini, Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Skripsi 2015.

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

Tabel 5.3

Hasil Pengujian variabel Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Variabel yang di ujikan	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Nilainya	Hasil Perhitungan Uji T di lihat dari Signifikannya
Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi	4,401	0,000

Tabel di atas di olah dari hasil Spss 20

Hasil pengujian hipotesis ke tiga (H3) pada variabel gaya hidup menyatakan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Hubungan dari kedua variabel yakni variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan. Hal ini dapat di lihat dari hasil pengujian yakni uji T. Di dalam hasil pengujian uji T dapat dilihat bahwa nilai T hitung sebesar 4,401 dimana nilai tersebut lebih besar di bandingkan nilai T tabel yang hanya sebesar 1,972 , sementara itu apabila di lihat dari nilai signifikannya, variabel gaya hidup memiliki nilai signifikan sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05. Dari hasil pemaparan tersebut dapat di simpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa apabila T hitung lebih besar daripada T tabel 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

signifikan dibawah 0,05 maka hipotesis tersebut di terima. Artinya semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya dan sebaliknya. Sesuai dengan penelitian di lapangan terhadap responden bahwa gaya hidup mereka lebih konsumtif ketika hidup diperkotaan, karena banyak shopping mall yang menjamur, selain itu masih banyak mahasiswi yang menghabiskan waktu luangnya dengan berbelanja baik online maupun tidak dan kebanyakan mahasiswi menghabiskan waktu luangnya dengan nonton bioskop ataupun nongkrong dengan teman-temannya. Selain itu fakta dilapangan menunjukkan bahwa mahasiswi yang sekarang hidup di perkotaan pola pemikirannya sudah berbeda di bandingkan sewaktu mereka tinggal di daerah asalnya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Ekonomi Syariah yang berkata bahwa dulu ketika di daerah asalnya dia tidak seboros sekarang. Apalagi ketika mrmiliki uang mahasiswi tersebut suka berbelanja dan terkadang mengikuti model fashion terbaru.[106]

Penelitian ini sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh Ujang Sumarwan yang mengatakan bahwa gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.[107]

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutriati, Sri Kartikowati, dan RM Riadi di dalam sebuah jurnal JOM FKIP Volume 5 edisi 1 Januari – Juni 2018. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

[106] Afika, mahasiswi Ekonomi Syariah
[107] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,* 45

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

mahasiswa. Artinya semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.[108]

D. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Acuan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi

Tabel 5.4

Hasil Ujii Simultan

Variabel yang di ujikan	Hasil Perhitungan Uji F di lihat dari Nilainya	Hasil Perhitungan Uji F di lihat dari Signifikannya
Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi	32,004	0,000

Tabel di atas di olah dari hasil Spss 20

Hasil pengujian hipotesis ke empat (H_4) menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Pengaruh keempat variabel di atas yakni status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi

[108] Sutriati, Sri Kartikowati, dan RM Riadi, *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau*, JOM FKIP Vol. 5 Edisi 1 Januari – Juni 2018, 8

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 pengaruh yang sangat kuat dan arah pengaruh yang positif. Hasil tersebut dapat di lihat dari hasil uji F dimana hasil perhitungannya menunjukkan angka 32,004 lebih besar daripada F tabel yang sebesar 2,65. Selain itu dapat dilihat dari nilai signifikannya dimana nilai signifikan tersebut menunjukkan angka 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan signifikannya di bawah 0,05 dapat di ambil keputusan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Ini artinya semakin tinggi nilai status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan gaya hidup maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswi. Begitupun sebaliknya, semakin rendah status ekonomi orang tua, kelompok acuan, dan gaya hidup maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

Dari hasil penelitian, responden yang semuanya terdiri dari mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014-2016 menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, dimana dapat dibuktikan dari jawaban responden pada rentang penilaian mendekati kategori setuju. Hal ini sesuai dengan fakta di lapangan banyak mahasiswi yang merasa tertarik untuk membeli barang ketika penjual menawarkan diskon, tanpa mempertimbangkan jangka panjangnya apakah barang tersebut sangat di butuhkan mahasiswi. Selain itu mahasiswi terkadang juga membeli barang yang nilai kegunaannya kurang bermanfaat. Apalagi mahasiswi dilapangan

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

banyak yang berpendapat, mereka suka menabung akan tetapi tabungan itu nantinya dibelanjakan oleh mereka yang berhubungan dengan fashion dan perawaran tubuh.

Status sosial orang tua, kelompok acuan, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang cukup kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi (R) yang sebesar 0,585. Sedangkan nilai koefisien determinasinya (R2) di ketahui sebesar 0,342 yang artinya bahwa pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi adalah 34,2% sisanya sebesar 65,8% di pengaruhi variabel lain. Pengaruh dari hasil di atas dapat di artikan bahwa bisa jadi karena ada pendidikan di keluarga mahasiswi agar mahasiswi tidak terlalu konsumtif. Sebab latar belakang pendidikan orang tua juga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi.

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

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diinterprestasikan ke dalam pembahasan mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok ascuan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh kuat dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014-2016.
2. Variabel kelompok persahabatan secara parsial berpengaruh kuat dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016.
3. Variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh kuat dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016.
4. Variabel status sosial ekonomi orang tua, kelompok acuan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ekonomi syariah angkatan tahun 2014-2016.

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. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka diberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi Mahasiswi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

   Mahasiswi sebaiknya jadilah konsumen yang cerdas yang dapat membedahkan antara keinginan dan kebutuhan, jangan muda terpikat dengan adanya diskon – diskon akan tetapi pertimbangkanlah terlebih dahulu sebelum membeli sebuah produk agar tidak terjebak ke dalam perilaku pembelian yang sifatnya implusif. Hati – hati untuk anda yang merasa bahwa status ekonomi orang tua anda, anda juga dapat terjebak kearah perilaku konsumtif salah satunya yang peneliti temukan yakni faktor teman pergaulan.

   semoga apa yang anda baca dari skripsi ini dapat menjadi khazanh keilmuan dan juga menjadi orang yang berkecukupan dan tidak berlebihan dalam gaya hidup (*life style*)

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Saran penulis yakni agar pada peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain yang sekiranya variabel lain tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya; pendapatan, berfikir rasional, konformitas, serta faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini kurang sempurna dikarenakan variabel kelompok persahabatan bukanlah salah satu faktor mahasiswi

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 akan tetapi variabel kelompok persahabatan lebih condong dalam perilaku konsumsi mahasiswi.

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

DAFTAR PUSTAKA

Afianti, Bintana dan Riza Yonisa K. 2014. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo". Unesa Kampus Ketintang, Surabaya.

Ancok, Djamaludin. 1995. Nuansa Psikologi Pembangunan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Anggadini, Tian Kusuma. 2015. Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Aprilia, Winda, Sri Umi Mintarti dan Sugeng Hadi Utomo. Maret 2015. "Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Lateracy Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Humaniora". Vol. 3, No. 1.

Auliya, Luthfiyatul. "Pengaruh Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Mahasiswi(Studi Kasus Mahasiswi Pendidikan Guru RA". Skripsi—IAIN Purwokerto,2017.

Chairunnisa, Connie. 2017.Metode Penelitian Ilmiah dalam Pendidikan dan Sosial. Jakarta:Mitra Wacana Media.

Damsar dan Indrayani.2011.Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Prenadamedia Group.

Departemen Agama RI. 2002. Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya. Semarang: PT Karya Toha Putra.

Ghozali, Imam.2006. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Marthon, Said Sa'ad. 2007. Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global. Jakarta:Zikrul Hakim.

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

Nasional, Departemen Pendidikan. 2004. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta:Balai Pustaka.

Pricilia, Anggena, Maria Ulfah, dan M. Bisri. "Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN". Universitas Tanjungpura Pontianak

Setiadi, Elly M. Dan Usman Kolip. 2011. Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Sosial. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan. Jakarta: Prenadamedia.

Soealema, M. Munandar. 2006. Ilmu Sosial Dasar: Teori dan Konsep Sosial. Bogor: Ghalia Indonesia.

Soekanto, Soerjono. 2000. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada cet-30.

Sugiyono.2015.Metode Penelitian Manajemen.Bandung:Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna.2015.SPSS untuk Penelitian.Yogyakarta:Pustaka Baru Press.

Sumartono. 2002. Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung.

Sumarwan, Ujang.2003. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. 2012."Validitas & Reliablitas". Yogyakarta: Nuha Medika.

Sunyoto, Danang. 2014. Praktik Riset Perilaku Konsumen. Yogyakarta:CAPS(Center of Academic Publishing Service).

Sutriati, Sri Kartikowati, dan RM Riadi. 2018. *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu*

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

Pengetahuan Sosial Universitas Riau FKIP, JOM FKIP Vol. 5 Edisi 1 Januari – Juni

Suyanto, Bagong. 2014. Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme. Jakarta: Kencana Pramedia Group.

Wardhani, Meida Devi."Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri". Skripsi—Universitas Sebelas Maret,Surakarta,2009.

Werang, Basilius Raden. "Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial". Yogyakarta : Calpulus, 2015.

Werang, Basilius Redan.2015. Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial. Yogyakarta:CALPULIS.

Widodo, Antoni. "Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi(studi kasus mahasiswi P.IPS)". Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.

www.bps.go.id . diakses pada 20 februari 2018 pukul 10:11 WIB

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