

**ANALISIS PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP
TINGKAT KONSUMSI MAHASISWI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

DWI MUTIA
NIM. 4012014051


**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2018 M/1439 H**

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN LANGSA” an. Dwi Mutia, NIM 4012014051 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 10 Juli 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 10 Juli 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam IAIN Langsa

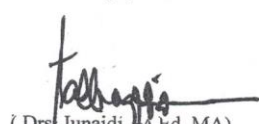
Penguji I


(Muhammad Dayyan, M.Ec)
NIDN. 2008087704

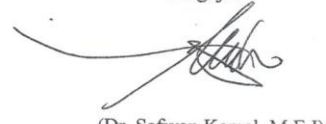
Penguji II


(Zikriatul Ulva S.E, M. Si)
NIDN. 2024029102


Penguji III


(Drs. Junaidi, M.Ed, MA)
NIP. 19691231 200901 1 038

Penguji IV


(Dr. Safwan Kamal, M.E.I)
NIDN. 2018059002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


(Dr. Iskandar Budiman, M.CL.)
NIP. 19650616 199503 1 002

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP
TINGKAT KONSUMSI MAHASISWI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN LANGSA**

Oleh :

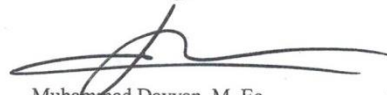
Dwi Mutia

Nim. 4012014054

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

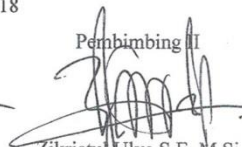
Langsa, 30 Juli 2018

Pembimbing I



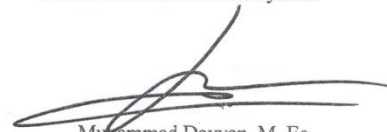
Muhammad Dayyan, M. Ec
NIDN. 2008087704

Pembimbing II



Zikriatul Ulya S.E, M.Si
NIDN. 2024029102

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhammad Dayyan, M. Ec
NIDN. 2008087704

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) tetap bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada tuhanmu lah, kamu berharap” (QS. Al-Insyirah: 6-8).

“Manjadda Wa Jada”

(Barangsiapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan mendapatkannya).

“Tidak ada keajaiban yang terjadi pada diri kita selain karena Allah dan karena doa-doa orang terkasih, setiap langkah yang kita lalui disanalah terselip doa orang-orang yang menyayangimu.”
(Penulis)

“Sukses adalah proses perjalanan kegigihan bangkit saat terjatuh, kecepatan bangkit saat terjatuh, prasangka baik yang terus terjaga apa pun kondisinya hingga terwujud pada tindakan yang tidak pantang menyerah berbalutkan sabar & syukur padaNYA.”
(Penulis)

“Do’a adalah senjata paling kuat bagi kita yang beriman, ia dapat mengubah segala ketidakmungkinan menjadi mungkin.”
(Penulis)

“Be your self”
(Jadilah diri sendiri)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil alamin, segala puji untuk Mu Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunia yang Engkau berikan selama ini. Kupersembahkan Karya Kecil ini Ini sebagai tanda bakti dan cinta tulus kepada

Ayahanda Sofyan Adi & Ibunda Sumardiani

Dengan Penuh Keikhlasan, Kesabaran Membimbing Serta Mendidikku Agar Menjadi Manusia Yang Lebih Baik Di Dunia Dan Akhirat. Selalu Berdoa, Memberi Nasehat Dan Semangat Untuk Masa Depan Yang Lebih Baik. Terima Kasih atas Do'a Di Setiap Sujudmu Kepada-Nya, Nasehat, Pengorbanan, Kesabaran, Sayang Serta Didikanmu selalu Mendampingiiku dalam Keseharianku.

Bapak dan Ibu Pembimbing

Bapak dan Ibu Pembimbing Terimakasih Telah Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini Tanpa Lelah Dan Bosan.

Sahabat-Sahabatku

Terkhusus Untuk “Surya Puspita Handaiyani, Deby Siska Irnanda dan Barida” Terima Kasih Telah Memberikan Warna Dalam Hidup. Memberikan Dorongan Motivasi Dan Doa nya Juga Kebersamaan Dan Keceriaan nya Semoga Persahabatan Ini Adalah Persahabatan Atas Dasar Ilahi Dan Senantiasa Di Ridhoi Allah.

Teman-Temanaku

Khususnya Jurusan Perbankan Syariah Seperjuangan dan Se-angkatan 2014 Khususnya PBS Unit 3

Almamater Tercinta IAIN Langsa

**ANALISIS PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP
TINGKAT KONSUMSI MAHASISWI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN LANGSA**

ABSTRAK

Kebutuhan konsumen di zaman sekarang ini selalu mengarah kepada gaya hidup yang bermewah-mewahan sehingga cenderung konsumtif. Hal ini juga terjadi dikalangan mahasiswa Perbankan Syariah. Sehingga kiriman uang saku dari orangtua lebih banyak digunakan oleh mahasiswa untuk mengikuti keinginannya saja daripada kebutuhannya, yang seharusnya seorang mahasiswa dalam pengelolaan uang sakunya harus bisa mempertimbangkan dan memprioritaskan untuk keperluan dan kepentingan yang sedang dibutuhkan dalam perkuliahan. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan dikumpulkan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Perbankan Syariah berjumlah 609 orang yang kemudian dijadikan sampel berjumlah 86 orang. Alat analisis data yang digunakan adalah metode asumsi klasik dengan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah, ditunjukkan dengan nilai koefisien uang saku (X_1) bertanda positif yaitu 3.961 dan *p-value* kurang dari tingkat signifikansi ($0.000 < 0.05$). (2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah, ditunjukkan dengan nilai koefisien gaya hidup (X_2) bertanda positif yaitu 4.389 dan *p-value* kurang dari tingkat signifikansi ($0.000 < 0.05$). (3) Uang saku dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah, ditunjukkan dengan probabilitas F kurang dari tingkat signifikansi ($0.000 < 0.05$). Dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,598 atau 59,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 59,8% tingkat konsumsi dipengaruhi oleh uang saku dan gaya hidup, sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak diteliti.

**AN ANALYSIS THE EFFECT OF POCKET MONEY AND LIFESTYLE ON
LEVEL OF CONSUMPTION OF SHARIA BANKING
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS ISLAM
IAIN LANGSA**

ABSTRACT

The needs of consumers in this age always leads to a lifestyle of luxury so tend to behave consumptive. This is also happening among banking female students. So that parcels and parental pocket money are mostly used by female students to follow their wishes rather than their needs, which should as a female students in the management of this pocket money should be able to consider and priotitize for the purpose and interest that are needed in the course. The purpose of this study is to examine and analyze the effect of pocket money and lifestyle on level of students consumption of Sharia Banking Faculty Economics and Business IAIN Langsa. This study use a descriptive quantitative approach, and collected data through questionnaire. Population in this research are all female student of Sharia Banking amounts 609 people which then made as sample amounts 86 people. The data analysis tool used is classic assumption method with multiple linear regression analysis, coefficient of determination, F test and t test. The result of study are as follows: (1) Pocket money have a significant positive effect on levels of students consumption, indicate by the pocket money coefficient (X_1) which is positive, namely 3.961, and the p-value less than the significance level ($0.000 < 0.005$). (2) Lifestyle have a significant positive effect on levels of students consumption, indicate by the pocket money coefficient (X_2) which is positive, namely 4.389, and the p-value less than the significance level ($0.000 < 0.005$). (3) Pocket money and lifestyle as an agregrat have a significant effect on levels of students consumption, indicated by the probability valeu of F less tha the significance level ($0.000 < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) is 0.598 or 59,8%. This indicate that 59,8% of the levels of consumption is affected by pocket money and lifestyle, while remaining 40,2% is affected by other independent variables not under study.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, “**Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa**” dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju alam berilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zulkarnaini, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M. Cl., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Muhammad Dayyan, M. Ec., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dan sekaligus Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Zikriatul Ulya, SE, M.Si., selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahannya, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Ibu Ainun Mardhiah, S.Ap., M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu Mutia Sumarni, SE, MM., selaku Penasehat Akademik peneliti.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah S1 yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

8. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta yaitu Ayahanda Sofyan Adi dan Ibunda Sumardiani yang telah memberikan dukungan moral dan materil serta Doa kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Bapak Januar Irawan S.Pd, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang telah banyak membantu penulis dalam pembuatan abstrak dalam skripsi ini.
11. Buat sahabat-sahabatku tersayang, Surya Puspita Handaiyani, Deby Siska Irnanda, Barida, Ramadanika Putri, Zaharani, Vera Juliani, Zindy Alvionisha, Muhammad Iqbal, Novia Sari, Ghea Adinda, Henny Utari, Heni Marisa, Fanni Harudian, serta Keluarga Besar PBS Unit 3 yang tak dapat disebutkan namanya satu persatu dan teman-teman semua yang sama-sama lagi nyusun skripsi di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.
12. Buat seluruh alumni keluarga KPM Rantau Pakam, kepada Ikhwana Maulana, Khairul Anwar, Surya Puspita Handaiyani, Deby Siska Irnanda, Maulida Khairani, Sri Juliana, Nurul A'lafathia, Agustina, dan Henny Utari. Terimakasih atas support, dukungan dan do'a nya selama ini.
13. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT, untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.

Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti terlebih dahulu memohon maaf dan mengharapkan masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki tulisan dan karya ilmiah selanjutnya. Akhir kata, kepada Allah

SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.
Wassalam.

Langsa, 30 Juli 2018

Peneliti

DWI MUTIA

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet(dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es(dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De(dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te(dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet(dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik(diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َـِ	fathah dan ya	Ai	a dan i
َـُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Zakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َـِ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ِـِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ُـِ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup
Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati
Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.
- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Ṭalḥah	=	طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعِمَّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	السَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ

al-Jalālu = الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn	وَإِنَّا لِلَّهِمْ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn	
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ الْمِيزَانَ
Fa auful- kaila wa-mīzān	
Ibrāhīm al-Khalīl	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ
Ibrāhīm al-Khalīl	
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمُرْسَاهَا
Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاسِبٌ نَسِطًا عَلَيْهِمْ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata muḃārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an

Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naşrun minallāhi wa faṭḥun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Pembahasan	14
BAB II PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN PERILAKU KONSUMSI	
DALAM EKONOMI ISLAM	15
2.1 Pengertian pendapatan	15
2.1.1 Bentuk Pendapatan.....	15
2.2 Uang Saku	19
2.2.1 Pengertian Uang Saku.....	19
2.2.2 Hal-Hal Yang Diperlukan Dalam Memberikan Uang Saku	21
2.2.3 Hubungan Antara Tingkat Konsumsi dengan Uang Saku	21
2.2.4 Pengaruh Uang Saku Terhadap Tingkat Konsumsi	22
2.2.5 Elemen-Elemen Mendapatkan Uang	23
2.2.6 Indikator Uang Saku	24
2.2.7 Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua Memberikan Uang Saku Kepada Anak	25
2.3 Gaya Hidup	25
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	25
2.3.2 Kriteria Gaya Hidup Berdasarkan Pengelompokkan Manusia	28
2.3.3 Indikator Gaya Hidup.....	30
2.3.4 Aspek-aspek Gaya Hidup.....	32

2.3.5	Gaya Hidup yang Cenderung Konsumtif.....	32
2.3.6	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	35
2.3.7	Tipikal Konsumen Gaya Hidup	38
2.3.8	Macam-macam Gaya Hidup	39
2.3.9	Gaya Hidup dalam Perspektif Islam	40
2.4	Konsumsi	42
2.4.1	Pengertian Konsumsi	42
2.4.2	Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islam	44
2.4.3	Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan	57
2.4.4	Etika Konsumsi Dalam Islam	60
2.4.5	Batasan Konsumsi Dalam Islam	62
2.4.6	Dimensi Konsumsi	64
2.4.7	Indikator Konsumsi	65
2.4.8	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi	66
2.5	Penelitian Terdahulu	68
2.6	Kerangka Teoritis.....	73
2.7	Hipotesis Penelitian	73

BAB III METODE PENELITIAN74

3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	74
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	75
3.3	Populasi dan Ssampel	75
3.3.1	Populasi	75
3.3.2	Sampel.....	76
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	79
3.6	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel	79
3.6.1	Identifikasi Variabel.....	79
3.6.2	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	80
3.7	Uji Validitas dan Reliabiitas	81
3.7.1	Uji Validitas.....	81
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	82
3.8	Model Analisa Data	82
3.8.1	Model Analisa Deskriptif Statistik Kuantitatif.....	82
3.8.2	Model Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	84
3.9.1	Ui Normalitas	84
3.9.2	Uji Linearitas	84
3.9.3	Uji Multikolinearitas	85
3.9.4	Uji Heteroskedastisitas	85

3.9.5 Uji Autokorelasi	86
3.10 Uji Hipotesis	86
3.10.1 Uji t.....	87
3.10.2 Uji F.....	87
3.10.3 Koefisien Determinasi	87
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	88
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	88
4.1.1 Gambaran Umum IAIN Langsa.....	88
4.1.2 Visi dan Misi FEBI IAIN Langsa	93
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	94
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	94
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	95
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal	95
4.2.4 Karakteristik Uang Saku Mahasiswi Bagi Yang Kost.....	96
4.2.5 Karakteristik Uang Saku Mahasiswi Bagi Yang Tidak Kost.....	96
4.3 Analisis Data.....	97
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	97
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	99
4.4.1 Uji Normalitas Data	99
4.4.2 Uji Linearitas.....	103
4.4.3 Uji Multikolinearitas	104
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	105
4.4.5 Uji Autokorelasi	107
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	107
4.6 Uji Hipotesis	108
4.6.1 Uji t	108
4.6.2 Uji F	110
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	111
4.7 Pembahasan.....	112
BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN	133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	153

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan	58
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	68
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Kuesioner	78
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	81
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasar Usia	94
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasar Angkatan	95
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasar Tempat Tinggal	95
Tabel 4.4	Karakteristik Uang Saku Mahasiswi Bagi Yang Kost.....	96
Tabel 4.5	Karakteristik Uang Saku Mahasiswi Bagi Yang Tidak Kost	96
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	97
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4.8	Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	101
Tabel 4.9	Hasil Uji Linearitas	103
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	105
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	107
Tabel 4.12	Hasil Uji Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	108
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	109
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	110
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi (R^2)	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.1	Grafik Kenaikan Uang Saku Mahasiswi Perbankan Syariah per bulan.....	4
Gambar 4.1	Grafik Normal P-P Plot.....	100
Gambar 4.2	Histogram.....	102
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I Kuesioner	133
Lampiran II Data Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	135
Lampiran III Data Tabulasi Kuesioner	138
Lampiran IV Data Hasil Output SPSS	140
Lampiran V Tabel Distribusi t	144
Lampiran VI Tabel Distribusi F	148

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan konsumen di zaman sekarang ini selalu mengarah kepada gaya hidup yang ada. Hal ini hampir terjadi pada semua kalangan dan semua usia. Manusia dalam kehidupannya tidak lepas dari kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam. Manusia tidak dapat memperoleh dan menikmati semua barang dan jasa yang mereka inginkan akibat terjadinya ketidakseimbangan antara jumlah keinginan manusia dengan jumlah sumber daya yang terbatas ketersediaannya.¹ Hal itu juga terjadi dalam kehidupan mahasiswa yang cenderung mengikuti keinginan daripada yang dibutuhkan. Hal ini dipengaruhi oleh dari gaya hidup yang membuat mereka selalu harus mengkonsumsi sesuatu baik barang atau jasa berdasarkan trend gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang menggambarkan setiap orang mempunyai keterlibatan terhadap orang-orang disekitarnya. Gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang atau kepribadian seseorang dalam mengikuti perkembangan zaman yang dapat mengatur seseorang di dalam mengekspresikan dirinya yang menggambarkan seberapa besar nilai moral yang ada di diri orang tersebut dalam masyarakat sekitarnya yang dipengaruhi oleh pendapatan yang salah satunya uang saku.²

¹ Sugiarto, *et. al.*, *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2002), h. 10.

² Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

Uang saku yang merupakan pendapatan faktor yang dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi dalam periode waktu tertentu. Setiap orang yang bekerja atau menjalankan usahanya tentu membutuhkan uang karena dengan adanya uang orang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup yang berkaitan dengan pengeluaran sehari-hari beraneka ragam dan berubah-ubah.

Dengan demikian, maka akan berdampak terhadap kondisi keuangan yang dimiliki seseorang. Untuk dapat mengatur kebutuhan dalam jangka waktu tertentu maka perlu dilakukan pengelolaan keuangan secara tepat dan benar. Seseorang yang bekerja terkadang mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan sangat baik namun belum tentu mampu mengatur keuangan keluarganya apalagi anak-anak belum mampu mengelola atau mengatur keuangannya seperti uang saku yang diberikan oleh orang tua atau uang yang didapat seorang pelajar yang mempunyai pekerjaan diluar dari pelajaran.

Pengelolaan keuangan merupakan kegiatan mengatur keuangan dimulai dari mendapatkan dana sampai penggunaan dana. Pengelolaan keuangan yang baik dapat dilakukan sejak dini untuk mengantisipasi hal-hal yang terjadi di masa yang akan datang.³

Selanjutnya penggunaan uang saku inilah dapat memenuhi kebutuhan hidup seseorang untuk mengalokasikan ke pos-pos pengeluaran konsumsi baik konsumsi rutin maupun tidak rutin. Secara umum konsumsi rutin adalah segala pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa-jasa yang terus menerus dikeluarkan, sedangkan

³ Putu M. Wijaya *et. al.*, *Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 4.

kondisi tidak rutin adalah setiap tambahan tidak terduga.⁴

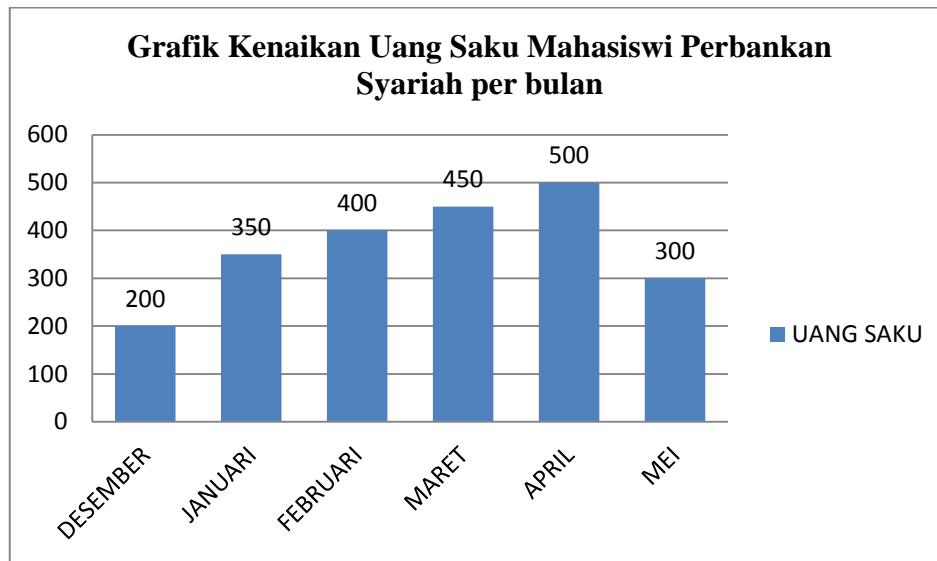
Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan tujuan manusia mengkonsumsi adalah agar memperoleh kepuasan setinggi-tingginya untuk mencapai kesejahteraan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.⁵

Umumnya semakin tinggi uang saku yang diperoleh maka semakin tinggi konsumsi mereka. Salah satunya mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah (PS PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Langsa. Dalam memenuhi kebutuhannya mereka mendapatkan uang saku dari orang tuanya. Berdasarkan pengamatan mahasiswi PS PBS lebih tinggi melakukan konsumsi pada pembelian yang berdasarkan keinginan dalam mengikuti gaya hidup daripada membeli kebutuhannya. Hal ini juga bisa dilihat dari grafik kenaikan uang saku mahasiswi Perbankan Syariah per bulan nya.

Gambar 1.1

⁴ Agustina Resi, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekos Di Kota Makassar*” (Skripsi, Makassar: 2013), h. 2.

⁵ Dani Fardani, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Bandung: Angkasa, 2004), h. 1-2.



Dari hasil grafik diatas dapat dilihat bahwa setiap bulannya uang saku mahasiswi selalu meningkat, sehingga mengakibatkan pada tingkat konsumsi mahasiswi tersebut akan semakin meningkat pula.

Hal ini juga dapat dilihat dari gaya hidup yang dimiliki mahasiswi semakin tinggi dalam mengkonsumsi barang-barang mewah, misalnya memakai pakaian bermerk, aksesoris dan barang-barang lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh pandangan hidup bahwa orang menjadi bahagia dengan mencari kesenangan dari mengkonsumsi barang-barang mewah. Perilaku konsumsi seorang mahasiswi berubah mulai dari mereka berpakaian, berdandan, bersosialisasi, membeli tas, sepatu, aksesoris dan berbagai kegiatan lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat kehidupan yang dianggap *modern*, gaul, keren oleh mahasiswi tersebut.

Perubahan gaya hidup sejak menjadi mahasiswi tidak bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli mahasiswi tersebut. Seorang mahasiswi masih harus berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist dalam melakukan konsumsi. Padahal dalam Al-Qur'an telah diatur batasan konsumsi yaitu pelarangan *israf* atau

berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan meskipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal.⁶ Agama Islam yang sangat sempurna ini telah memberikan tuntunan dan petunjuk kepada umatnya agar selalu bersikap sederhana dan melarang dari sikap boros dan berlebihan dalam berkonsumsi. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT:⁷

﴿يَا آدَمُ اذْكُرْ نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكَ إِذْ أَخْرَجْنَاكَ مِنَ الْجَنَّةِ فِي طَيِّبٍ فَكُنْ لَهُمْ شَرِيحًا مَدِينًا خذْ عَلَيْكَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجْنَاكَ فِيهَا وَلَا تَكُنْ مِنَ الْبَاطِلِينَ﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S. Al-A’raf:31).

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat-ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, di antaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self-interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.⁸

Selanjutnya di dalam ayat lain Allah SWT berfirman:⁹

﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ يَرُدُّ السَّرْفَ إِلَى الْوَيْسِقِ الْفَاسِقِ﴾

⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 15.

⁷ Muhammad Shohib, *Departemen Agama RI Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bogor: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 154.

⁸ Muhammad Nasib Ar-Rifa’i, *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid II*, (Depok: Gema Insani, 2008), h. 353.

⁹ Muhammad Shohib, *Departemen Agama RI Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bogor: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 122.



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, dan janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (Q.S. Al-Maidah:87).

Dalam ayat ini, Allah SWT menyerukan kepada umat manusia agar selalu menjaga diri dari barang haram. Mereka hendaknya mencari dan mengonsumsi sesuatu yang baik dan halal, sebagaimana telah diatur syariat. Allah SWT sudah memberikan anugerah yang sangat besar kepada umat manusia. Anugerah ini sekaligus menjadi amanat yang harus diemban dengan baik oleh umat manusia.¹⁰

Konsep gaya hidup dan kepribadian seringkali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Sedangkan kepribadian lebih merujuk pada karakteristik internal.¹¹ Sering juga disebut sebagai cara seseorang berpikir, merasa dan berpersepsi. Namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.¹² Gaya hidup sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Dari perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk atau jasa dan berbagai

¹⁰ Syaikh Shafiyurrahman Al Mubarakfury, *Al Misbah Al Munir fi Tahdzih Tafsir Ibnu Katsir I*, (PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012), h. 11.

¹¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 56.

pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam suatu kategori jenis produk yang ada. Dalam perspektif pemasaran, tampak jelas bahwa konsumen yang memiliki gaya hidup yang sama akan mengelompok dengan sendirinya ke dalam satu kelompok berdasarkan apa yang mereka minati untuk menghabiskan waktu senggang, dan bagaimana mereka membelanjakan uangnya. Semakin canggih dan majunya teknologi, sering berdampak dengan gaya hidup yang dijalani. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalaninya.¹³

Menurut Sadono Sukirno dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya seseorang akan mendahulukan kebutuhan pokok, sedangkan kebutuhan tersier dipenuhi pada saat tingkat penerimaan pendapatan meningkat.¹⁴

Definisi ekonomi Islam, dalam hal, memiliki kesamaan dengan ilmu ekonomi konvensional, yakni sama-sama menyelidiki perilaku manusia dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi yang menyangkut pilihannya terhadap sumber daya tersebut guna memenuhi kebutuhan manusia. Tetapi dalam ekonomi Islam tujuan aktivitas ekonomi ditetapkan dengan jelas, yaitu untuk mencapai kebahagiaan duniawi dan ukhrawi yang seimbang, serta untuk mewujudkan keadilan sosial-ekonomi.¹⁵

Selain itu juga di dalam perbedaan konsumsi dalam Islam dan konvensional adalah dari sisi kebutuhan dan keinginannya. Jika dalam Islam maka seseorang

¹³ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

¹⁴ Sadono Sukirno, *Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Balai Penerbit LPFE, Universitas Gadjah Mada, 2001), h.53.

¹⁵ Ridwan, *et. al.*, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro Islam*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2013), h. 5.

akan lebih mengutamakan atau mengedepankan kebutuhannya (*need*) daripada keinginannya (*want*). Kebutuhan disini bersifat terbatas, dan masalah yang dihadapi adalah objektif. Maksudnya adalah barang-barang yang benar-benar dibutuhkan pada saat itu juga. Dan yang paling penting adalah mencapai falah. Sedangkan dalam konsumsi konvensional ia lebih mengutamakan keinginannya (*want*) daripada kebutuhannya, dan keinginannya ini bersifat tidak terbatas, dan bersifat subjektif.¹⁶

Menurut Al-Ghazali konsumsi adalah (*al-hajah*) penggunaan barang atau jasa dalam upaya pemenuhan berlandaskan etika (*shariah*) dalam rangka menuju kemaslahatan (*maslahah*) menuju akhirah. Prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yang disyariatkan adalah agar tidak hidup bermewah-mewahan.¹⁷

Sedangkan menurut pendapat Yusuf Qardhawi dalam teori konsumsi Islam dibutuhkan pengarah mendasar bagi konsumen tentang penggunaan melakukan aktifitas ekonomi termasuk didalamnya cara dan pola konsumsi yang islami. Diantara moral dalam berkonsumsi adalah membelanjakan harta pada hal-hal yang baik dan hemat. Ada beberapa norma dasar dalam perilaku konsumsi seorang muslim yang beriman dalam membelanjakan harta hendaknya untuk kebaikan, yakni sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan selalu bersikap sederhana.¹⁸

Maka sepatutnya perilaku konsumsi mahasiswa FEBI yang pendapatannya dari orangtua harus

¹⁶ *Ibid.*, h. 20.

¹⁷ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, jilid II, cet. ke-2* (Yogyakarta: PT Dharma Bhakti Prima Yasa, 2002), h. 17.

¹⁸ Yusuf Al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam, cet. ke-1* (Jakarta: Gema Insani, Press), h. 31.

mengikuti pada konsep ekonomi Islam di atas. Semakin besar uang saku yang diberikan dari orangtua para mahasiswa tersebut, maka akan semakin besar pula kesempatan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang. Namun seringkali pemberian uang saku yang di beri oleh orangtua di belanjakan oleh seorang mahasiswa untuk di belikan barang-barang terbaru maupun produk lainnya. Mahasiswa seringkali menghabiskan uang saku yang dimiliki untuk konsumsi beberapa barang, sementara tidak ada bagian uang saku yang di tabung.

Seharusnya seorang mahasiswa dalam pengelolaan uang sakunya harus bisa mempertimbangkan dan memprioritaskan untuk keperluan dan kepentingan yang sedang di butuhkan dalam perkuliahan ataupun melengkapi kekurangan fasilitas dalam belajar seperti membeli buku-buku sebagai bahan referensi dan acuan lainnya ketika sedang belajar dalam perkuliahan.

Mahasiswa Perbankan Syariah cenderung tinggi tingkat konsumsinya, seperti suka ganti-ganti merk dalam membeli barang misal, selalu mengikuti trend dan suka tampil keren, membeli baju, sepatu, tas, dan gadget yang terbaru. Dapat dilihat juga bahwasanya dari sebagian besar mahasiswa akan lebih mengutamakan keinginannya daripada kebutuhannya, dan mahasiswa juga seringkali terlihat seperti sedang bersaing dalam hal penampilan. Mahasiswa

yang telah memiliki banyak barang-barang tersebut, tetapi mereka akan berkeinginan untuk membeli barang barunya lagi dengan model yang terbaru (*ter-update*). Padahal sebenarnya, mereka masih memiliki barang-barang sebelumnya yang masih bagus untuk digunakan, namun karena di dorong oleh hasrat yang besar maka para mahasiswa terkesan akan berusaha mencapai keinginannya tersebut

tanpa memperhatikan terlebih dahulu kebutuhan-kebutuhan yang lebih utama sehingga akan menjadi mubazir. Salah

satu mahasiswi yang telah saya wawancarai dengan inisial “DN” ia mengatakan bahwa :

“Seringnya uang saku yang diberikan oleh orangtua saya, saya gunakan untuk membeli barang-barang ataupun produk baru yang baru saja muncul dan bersifat *trend* seperti baju, sepatu, tas, dan sebagainya. Saya senang melakukan aktivitas tersebut karena dengan membeli barang-barang mewah dapat membuat kepuasan tersendiri bagi saya. Setelah keinginan saya tercapai, barulah kadangkala sebagian dari uang saku saya, saya pergunakan dan manfaatkan untuk keperluan saat perkuliahan”¹⁹

Kegiatan konsumsi yang berlebihan ini akan berdampak pada kebutuhannya, karena keinginan yang berlebihan hanyalah menguras pada kesenangan dan materialnya saja. Sehingga akan mengakibatkan sifat tidak akan pernah merasa puas akan barang yang ia miliki, dan ingin lagi memiliki barang-barang lainnya.

Ketika ada produk pakaian terbaru, mahasiswi IAIN Langsa khususnya mahasiswi Perbankan Syariah lebih sering membelinya daripada membeli untuk keperluan yang lebih bermanfaat, dan biasanya untuk membeli barang tersebut bersumber dari uang saku yang diberikan oleh orangtuanya, bahkan hampir rata-rata mahasiswi yang sudah semester atas maupun semester lanjut lainnya untuk memiliki satu buku saja mereka belum tentu membelinya, sebagian mahasiswi sering memberikan informasi yang kurang tepat kepada orangtuanya untuk meminta uang saku yang mereka katakan bahwa untuk keperluan maupun kebutuhan perkuliahan, namun nyatanya uang saku tersebut tidaklah digunakan

¹⁹ Hasil Observasi dan Wawancara Mahasiswi Perbankan Syariah Pada Tanggal 6 Desember 2017.

untuk kebutuhan perkuliahan melainkan untuk keinginannya saja.²⁰

Alasan saya meneliti di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa khususnya prodi Perbankan Syariah adalah dengan sudah memiliki dan memahami pengetahuan berbagai konsep ilmu Ekonomi Islam, yang seharusnya dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari di bangku perkuliahan mengenai pengaruh uang saku dan gaya hidup yang tidak boleh berlebihan dalam Islam terhadap tingkat konsumsi.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait perilaku konsumsi mahasiswi dengan judul **“Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah uang saku secara langsung berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa ?
2. Apakah gaya hidup secara langsung berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa ?

²⁰ Hasil Observasi dan Wawancara Mahasiswi Perbankan Syariah Pada Tanggal 8 Januari 2018.

3. Apakah uang saku dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Dengan demikian, penelitian ini merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi tentang analisis pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Adapun yang menjadi tujuan dalam melaksanakan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang saku secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang saku dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Sebagai informasi bagi mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa mengenai peranan penting terhadap uang saku, gaya hidup dan tingkat konsumsi.
2. Sebagai masukan bagi IAIN Langsa dalam mengembangkan studi kepustakaan mengenai uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi IAIN Langsa.
3. Sebagai menambah dan memperluas pengetahuan bagi peneliti dalam bidang ekonomi khususnya mengenai uang saku dan gaya hidup.
4. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian di bidang yang sama pada masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 bab, yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan sifat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, identifikasi dan operasionalisasi variabel, instrumen penelitian, model analisa data.

Bab VI : Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, analisis data, dan pembahasan.

Bab V : Penutup

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data penelitian.

BAB II

PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN PERILAKU KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

2.1 Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).²¹ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.²²

Pendapatan seseorang juga bisa didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh dalam periode tertentu.²³

2.1.1 Bentuk Pendapatan

Menurut BPS (Biro Pusat Statistik) pendapatan dapat menjadi tiga bentuk yaitu:²⁴

1. Pendapatan berupa uang.
2. Pendapatan berupa barang.

²¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 185

²² BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hal. 230

²³ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hal. 79

²⁴ BPS dalam *Jurnal Mengenai Pendapatan*, di akses pada tanggal 24 Maret 2018.

3. Pendapatan berupa uang dan barang.

Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontraprestasi. Sumber-sumber utama adalah gaji dan upah serta penghasilan lainnya, pendapatan bersih dari usaha sendiri, dan pekerjaan bebas, investasi maupun dari kegiatan sosial lainnya.²⁵

Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasa, akan tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang dan jasa. Barang-barang dan jasa yang diperoleh dinilai dengan harga pasar sekalipun tidak diimbangi atau disertai transaksi uang oleh yang menikmati barang dan jasa tersebut. Demikian pula penerimaan barang secara cuma-cuma, penerimaan barang dan jasa dengan harga subsidi dari seseorang merupakan pendapatan berupa barang.²⁶

Untuk penerimaan berupa uang yang disepakati sebagai pedoman adalah segala penerimaan yang bersifat transfer atau retribusi dan biasanya membawa perubahan dalam suatu kondisi, misalnya pinjaman uang, warisan, penagihan hutang, kiriman uang, maupun dari hasil pekerjaan lainnya yang berasal dari usahanya sendiri. Ketiga bentuk pendapatan diatas dapat dikelompokkan sebagai berikut:²⁷

1. Pendapatan

berupa uang

a. Dari gaji dan upah yang diperoleh

²⁵ *Ibid.*, h. 7.

²⁶ *Ibid.*, h. 7.

²⁷ *Ibid.*, h. 10.

- 1) Kerja pokok.
- 2) Kerja sampingan.
- 3) Kerja kadang-kadang.

b. Dari usaha sendiri, yaitu meliputi:

- 1) Hasil bersih dari usaha sendiri.
- 2) Komisi.
- 3) Penjualan dari kerajinan rumah.

c. Dari instansi yaitu pendapatan yang diperoleh dari hak milik rumah.

d. Dari keuntungan sosial yaitu pendapatan yang diperoleh dari kerja sosial.

2. Pendapatan berupa barang

a. Bagian pembayaran upah dan gaji yang diwujudkan dalam bentuk transportasi, perumahan, rekreasi, dan lain-lain.

b. Penerimaan uang, yaitu:

- 1) Pengambilan tabungan.
- 2) Penagihan hutang.
- 3) Pinjaman uang.

d. Kiriman uang.

e. Hadiah.

f. Warisan.

g. Penjualan barang-barang yang dipakai.

Selain itu pula menurut Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja

bertambah, tetapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan untuk membeli barang-barang yang bermerk yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi barang-barang bermerk menjadi kualitas yang lebih baik lagi.²⁸

Pendapatan

tidak mesti untuk orang yang bekerja. Pendapatan bagi yang belum bekerja misalnya seorang mahasiswi. Mahasiswi mempunyai pendapatan berupa uang saku yang dikirim setiap bulannya ataupun per harinya yang diberikan oleh orang tuanya. Jumlah pendapatan tiap mahasiswi berbeda-beda, tergantung dari penghasilan orang tuanya. Pendapatan orang tua mempunyai peran dan pengaruh besar dalam tingkat konsumsi mahasiswi. Mahasiswi yang orang tuanya mempunyai pendapatan yang tinggi, maka uang saku yang diberikan akan cenderung besar, sehingga tingkat konsumsinya akan tinggi. Sebaliknya, mahasiswi yang pendapatan orang tuanya relatif rendah atau menengah tingkat konsumsinya tidak akan seperti mahasiswi yang pendapatan orang tuanya tinggi. Dari hasil observasi yang telah diamati pendapatan pada kalangan mahasiswi Perbankan Syariah di IAIN Langsa berasal dari orangtua. Melihat fenomena tersebut mahasiswi yang mendapatkan pendapatan atau penerimaan yang bersumber dari orangtua tetapi untuk hal konsumsinya sangat tinggi. Dilihat dari penampilan atau lebih menampilkan *lifestyle* dan bergaya mewah. Dimana seharusnya pendapatan tersebut digunakan untuk kepentingan atau hal-hal yang berkaitan selama masa perkuliahan dan bermanfaat. Namun pendapatan tersebut disalah

²⁸ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta:Salemba Empat, 2002), hal. 132

artikan oleh banyaknya mahasiswa.²⁹ Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga akan ikut menurun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung pada kemampuan seseorang dalam mengelola penerimaan maupun pendapatannya.³⁰

Sedangkan pendapatan merupakan faktor penentuan utama dalam konsumsi.³¹ Pengaruh pendapatan terhadap konsumsi mempunyai hubungan yang erat, hal ini sesuai dikatakan Muana bahwa penghasilan seseorang merupakan faktor utama yang menentukan pola konsumsi.³² Yang dimaksud pendapatan disini adalah uang saku yang diterima oleh seorang mahasiswa yang diberikan oleh orang tuanya.

2.2 Uang Saku

2.2.1 Pengertian Uang Saku

Uang saku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu, uang jajan.³³ Uang Jajan adalah uang diberikan

²⁹ Hasil Observasi dan Wawancara Mahasiswa Perbankan Syariah Pada Tanggal 26 April 2018.

³⁰ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireun", *Journal Ekonomika Universitas Al-Muslim Bireun Aceh*, Vol. IV No.7-9

³¹ Kadariah, *Analisis Pendapatan Nasional*, (Jakarta: Bina Aksara, 2002), h. 92.

³² Nanga Muana, *Makro Ekonomi, Masalah dan Kebijakan*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 152.

³³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 1513.

(disediakan) untuk dibelanjakan sewaktu-waktu (biasanya untuk anak-anak yang belum punya penghasilan dan jumlah tidak terlalu besar).³⁴

Uang saku merupakan pendapatan mahasiswa berasal dari orang tua dengan perencanaan uang tersebut dapat digunakan untuk membeli jajanan, biaya transportasi, dan kebutuhan lainnya yang biasanya diterima oleh mahasiswa setiap bulan, setiap minggu, ataupun setiap hari. Dari uang saku inilah yang selanjutnya mahasiswa gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk selanjutnya mereka alokasikan untuk pengeluaran konsumsi mereka baik itu konsumsi makanan maupun konsumsi non makanan.³⁵

Uang saku merupakan bentuk pengembangan tanggung jawab, sehingga perlu disertai dengan penanaman nilai uang pada anak, sehingga uang yang diberikan oleh orang tua dengan perencanaan uang tersebut digunakan seperti untuk transportasi atau tabungan anak. Uang saku dapat digunakan untuk makan dan pengeluaran lain-lain. Sedangkan uang jajan adalah uang yang diberikan kepada anak untuk membeli jajanan makanan dan minuman selama berada di luar rumah. Tujuan pemberian uang saku adalah sebagai media pembelajaran anak supaya dapat mengelola keuangan dengan benar.³⁶

Setiap individu memiliki karakteristik individu yang berbeda, seperti halnya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, pendidikan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup.³⁷

Uang saku yang di berikan oleh orangtua pada mahasiswi di gunakan dalam

³⁴ *Ibid.*, h. 1512.

³⁵ Pratama, et. al., "Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku, Umur, Jenis Kelamin, Pekerjaan, & Kesadaran Kesehatan Terhadap Konsumsi Junkfood", Makalah Fakultas Ekonomi Jurusan Studi Pembangunan. Lampung, h. 25.

³⁶ Teori Uang Saku, <https://carlz185fr.wordpress.com/2013/04/23/teori-uang-saku/>, diakses pada 30 November 2017.

³⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 7.

berbagai macam kegunaan, ada yang menggunakan untuk keperluan kuliah, seperti untuk membeli buku ketika kekurangan dalam hal referensi ketika belajar, untuk keperluan fotocopy, maupun biaya-biaya transportasi saat menuju ke perkuliahan, serta biaya-biaya lainnya.

2.2.2 Hal-Hal Yang Diperlukan Dalam Memberikan Uang Saku

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan atau diperhatikan ketika akan memberikan uang saku kepada anak yaitu:³⁸

1. Berikan uang saku sesuai dengan tahapan usia.
Semakin besar usia anak, pasti akan semakin besar juga uang saku yang harus diberikan. Anak dengan usia lebih besar juga pasti membutuhkan lebih banyak asupan makanan sehingga ia butuh uang saku lebih banyak.
2. Jauh dekatnya jarak antara sekolah dan rumah.
Anak yang datang dan pergi sekolah bersama dengan orangtuanya pasti akan berbeda jumlah uang sakunya bila dibandingkan dengan anak yang harus menggunakan transportasi umum dalam menempuh perjalanannya.
3. Aktivitas apa saja yang diikutinya.
Anak yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler atau organisasi lainnya membutuhkan uang saku ekstra. Selain untuk tambahan uang makan, Anda juga wajib memperhatikan apakah dalam kegiatan organisasinya tersebut ada semacam uang kas, patungan untuk mengadakan kegiatan lainnya.
4. Perhatikan juga berapa jumlah didapatkan oleh teman-teman seusianya.
Jangan sampai anak menerima jumlah yang terlalu besar, jangan juga terlalu sedikit. Hitunglah jumlah yang sesuai dengan kebutuhan anak.

2.2.3 Hubungan Antara Tingkat Konsumsi dengan Uang Saku

Uang saku seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang akan dibelinya atau jasa yang akan digunakan. Uang saku merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengeluaran mahasiswa, dengan rata-rata pendapatan uang saku

³⁸ Teori Uang Saku, <https://carlz185fr.wordpress.com/2013/04/23/teori-uang-saku/>, diakses pada 30 November 2017

yang berbeda-beda dari setiap mahasiswanya.

Sebagian besar mahasiswa mengandalkan uang saku yang diterimanya untuk digunakan berkonsumsi dalam periode waktu tertentu. Pemberian uang saku akan memberikan pengalaman realistis dan secara langsung kepada anak dalam mengelola keuangannya. Sehingga uang saku dan pengeluaran konsumsi berbanding lurus.³⁹ Jadi, dapat disimpulkan bahwa uang saku sangat berperan penting terhadap segala sesuatu yang dikonsumsi oleh seorang mahasiswa maupun seorang mahasiswi, dan dapat mengakibatkan pengeluaran yang dikeluarkan berdampak pada kebutuhan-kebutuhan yang ada.

2.2.4 Pengaruh Uang Saku Terhadap Tingkat Konsumsi

Besarnya uang saku memberikan perbedaan yang signifikan untuk konsumsi mahasiswa. Artinya tingkat pendapatan yang diperoleh mahasiswa akan mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi mahasiswa. Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka akan semakin besar pula pengeluaran konsumsi mahasiswa.⁴⁰ Sehingga para mahasiswi yang tak jarang menggunakan uang sakunya tidak hanya untuk kebutuhan keperluan kuliah namun kebanyakan digunakan hanyalah untuk keinginan sesaat. Banyak para mahasiswi memanfaatkan uang saku yang diberikan oleh orangtuanya untuk membeli barang-barang yang kurang bermanfaat.

³⁹ Rizky Fiqriyah *et. al.*, “Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN I Malang” dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 1, 2016, h. 3.

⁴⁰ Dayu Maharani, “Perbandingan Pola Konsumsi Pada Kalangan Mahasiswa Yang Indekos Di Kota Surakarta”, (Skripsi, Surakarta, 2006), h. 28.

Besarnya jumlah uang saku pada masing-masing mahasiswa tidak sama, tetapi lingkungan tempat dimana dia tinggal seringkali mempengaruhi pola konsumsi yang dia lakukan. Jumlah uang saku yang diterima oleh mahasiswa juga akan berpengaruh terhadap konsumsi yang dilakukannya. Mahasiswa yang menerima uang saku dalam jumlah yang lebih besar akan mempunyai kecenderungan melakukan konsumsi lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang menerima uang saku lebih sedikit.⁴¹

Jadi, semakin besar uang saku yang di berikan kepada mahasiswa maka akan berdampak pada pengeluaran konsumsi yang juga akan semakin besar.

2.2.5 Elemen-Element Mendapatkan Uang

Menurut Kak Seto dalam Wijaya ada lima cara anak mendapatkan uang yaitu:⁴²

1. Uang jajan.
Uang jajan adalah uang yang diberikan oleh orang tua kepada anak khusus untuk membeli makanan atau jajanan.
2. Uang hadiah.
Uang hadiah adalah uang yang diberikan oleh relasi seorang anak tersebut, misal om/tante maupun kakek atau neneknya. Menurut kebiasaan Indonesia saat anak merayakan ulang tahun, hari besar agama atau kenaikan kelas anak mendapatkan uang sebagai bentuk kasih sayang.
3. Uang pinjaman.
Uang pinjaman adalah uang yang dipinjamkan oleh orang tua kepada anak untuk mendapatkan sesuatu.
4. Uang bekerja di rumah.
Uang bekerja di rumah adalah uang yang didapat oleh anak sehabis melakukan pekerjaan-pekerjaan rumah yang ditugaskan oleh orang tua.
5. Uang saku.
Uang saku adalah uang yang diberikan oleh orang tua. Uang jajan dan uang saku seolah terlihat sama, perbedaannya terletak pada waktu pemberian. Uang jajan merupakan bagian dari uang saku, waktu pemberian uang jajan tidak

⁴¹ Flinsia Debora Wurangian *et. al.*, *Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost di Kota Manado*, h. 3.

⁴² Putu M. Wijaya *et. al.*, *Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 4.

menentu. Sedangkan uang saku biasanya diberikan seminggu sekali, dua minggu sekali atau sebulan sekali.

2.2.6 Indikator Uang Saku

Adapun yang menjadi indikator atau alat ukur dalam uang saku adalah:⁴³

1. Literasi keuangan/pemanfaatan. Literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dengan semua sumber daya keuangan mereka. Pemberian uang saku akan memberikan pengalaman realistis dan secara langsung kepada anak dalam mengelola keuangannya. Hal tersebut dapat mendidik dan menanamkan kesadaran terhadap kewajiban dan tanggung jawab yang kelak harus dihadapi oleh anak.
2. Pemberian dari orangtua. Pemberian uang saku yang berperiode tertentu tersebut mengharuskan seorang mahasiswa mengelola uang saku yang diterima dengan baik agar cukup untuk memenuhi kebutuhan sampai periode yang ditentukan.⁴⁴
3. Penghasilan. Penghasilan atau pendapatan adalah suatu tambahan ekonomis seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.2.7 Faktor yang Mempengaruhi Orang Tua Memberikan Uang Saku Kepada Anak

Adapun faktor yang mempengaruhi orang tua memberikan uang saku kepada anaknya yaitu:⁴⁵

⁴³ Entika Indrianawati et. al., “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Surabaya” dalam *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, 2015, h. 2.

⁴⁴ Rizky Fiqriyah et. al., “Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang” dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 1, 2016, h. 3.

⁴⁵ Putu M. Wijaya et. al., *Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 10.

1. Untuk mengajarkan anak dalam mengelola uang. Dengan diberikannya uang saku, anak akan belajar untuk dapat mengelola uang. Anak harus dapat mengatur untuk apa saja uang saku yang telah diberikan orang tua.
2. Mengajarkan anak untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dan keinginan memiliki perbedaan yang sangat jelas. Kebutuhan adalah sesuatu yang kita butuhkan, sedangkan keinginan adalah sesuatu yang kita inginkan. Kebutuhan lebih penting daripada keinginan. Dengan diberikannya uang saku, maka anak dapat berlatih untuk memilih apa yang anak butuhkan, misalnya buku dan alat tulis.
3. Memupuk rasa tanggung jawab pada anak. Rasa tanggung jawab ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu harus dilatih dari semenjak masih anak-anak. Dengan diberikan uang saku, anak akan belajar untuk bertanggung jawab atas semua keputusan yang diambilnya dalam penggunaan uang saku.
4. Orang tua merasa khawatir anaknya akan memerlukan uang pada saat mendesak. Setiap orang tua pasti tidak ingin anaknya merasa kesusahan. Mungkin saja suatu saat terjadi sesuatu pada anak sehingga anak diperlukan untuk menggunakan uang. Untuk berjaga-jaga terhadap hal tersebut, maka diberikanlah uang saku.

2.3 Gaya Hidup

2.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup (*trend*) adalah suatu perpaduan antara kebudayaan ekspresi diri dan harapan terhadap seseorang dalam bertindak yang berdasarkan pada norma-norma yang berlaku. Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh kelompok sosial dengan pola-pola perilaku tertentu. Gaya hidup sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin canggih dan majunya teknologi, sering berdampak dengan gaya hidup yang dijalani. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalaninya, tergantung dari bagaimana seseorang menjalani gaya hidup tersebut. Saat ini dampak modernisasi pada muslimah sudah sangat mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti *trend*.

Tentu saja *trend modern* yang mereka tiru adalah *trend* dari orang barat.⁴⁶

Sementara dalam masyarakat modern, gaya hidup (*lifestyle*) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang. Dalam masyarakat modern istilah ini mengkonotasikan individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya dipandang sebagai dimensi dari individualistis selera, serta rasa gaya dari seseorang.⁴⁷

Gaya hidup dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi dan menanggapi berbagai stimulus di sana. Dewasa ini, gaya hidup sering disalahgunakan oleh sebagian besar remaja. Mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Jika mereka dapat memfilter dengan baik dan tepat, maka pengaruhnya juga akan positif. Namun sebaliknya, jika tidak pintar dalam memfilter mode dari orang barat tersebut, maka akan berpengaruh negatif bagi mereka sendiri. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.⁴⁸

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat

⁴⁶ Abdur Rasul Abdul Hasan Al-Ghaffar, *Wanita Islam dan Gaya Hidup Modern*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 2000), h. 36.

⁴⁷ Retno Hendariningrum, "Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi", Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Yogyakarta, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2008, h. 2.

⁴⁸ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 138-143.

disekitarnya. Atau juga, gaya hidup adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang.⁴⁹

Gaya hidup antara individu satu dengan yang lainnya akan berbeda. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengatur kehidupannya, kehidupannya masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial.⁵⁰ Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Dan gaya hidup juga merupakan konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.⁵¹

Dan dikuatkan lagi oleh Kotler pengertian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya.⁵² Sedangkan menurut gaya hidup menurut Sutisna yaitu “cara hidup yang di identifikasikan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat)”⁵³.

⁴⁹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

⁵⁰ Novita Trimartati, “Studi Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan”, dalam *Jurnal Psikopedagogia*, Vol. 3 No. 1, 2014 ISSN 2301-6167, h. 22.

⁵¹ Dian Ayu Puspita Ardy, “Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300”, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No. 1 Januari, 2013, h. 2

⁵² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Prentice Hall, 2003), h. 159.

⁵³ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 145.

Gaya hidup memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang. Mowen menyebutkan gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.⁵⁴

2.3.2 Kriteria Gaya Hidup Berdasarkan Pengelompokan Manusia

Menurut Said, para Sarjana Muslim mengelompokkan manusia menjadi tiga kelompok:⁵⁵

1. Materialistis (Dahriyyin) adalah mereka yang hidup hanya untuk dunia dan kesenangan, berperilaku materialis dan tidak mempercayai adanya akhirat dimana nantinya akan dimintai pertanggungjawaban.
2. Spiritualis (Rabbaniyun) adalah mereka yang tidak memiliki pandangan yang jelas mengenai kepribadiannya. Paham ini lebih menekankan pada aspek moral, kerohanian dan mengesampingkan aspek kebendaan dalam kehidupan manusia, jadi semua aktifitas ekonomi bertumpu pada do'a.
3. Insan Sejati (Al-Mukminun) adalah mereka yang menerima kehidupan dunia sebagai tempat menanam benih bagi kehidupan di akhirat dan percaya kepada Allah SWT dan mengetahui makna kehidupan dunia dan akhirat.

Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering juga disebut sebagai cara seseorang berpikir, merasa dan berpersepsi. Walaupun kedua konsep itu berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi

⁵⁴ Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko, "Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)", dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 1 Maret 2016, h. 66.

⁵⁵ Indra Rahmadi, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple" (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga), dalam *Jurnal JESTT*, Vol. 2 No. 3 Maret 2015, h. 4.

eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.⁵⁶ Yang dimaksud gaya hidup disini adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup. Gaya hidup merupakan ciri sebuah negara *modern*, atau biasa disebut dengan modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat *modern* akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakan sendiri atau orang lain. Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dalam interaksi sehari-hari kita bisa menerapkan suatu gagasan tentang gaya hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang dimaksud. Oleh sebab itu gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia *modern* dan gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tak hidup dalam masyarakat *modern*.⁵⁷

Sedangkan menurut Assael bahwa gaya hidup dapat berpengaruh pada pembelian, perubahan kebiasaan, citarasa serta perilaku pembelian konsumen.⁵⁸

⁵⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 56.

⁵⁷ Muhammad Abduh, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 133.

⁵⁸ Debora Kaharu, "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic (STIESIA) Surabaya", dalam *Jurnal Ilmu dan Manajemen Riset*, Vol. 5 No. 3, Maret 2016 ISSN 2461-0593, h. 5.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

2.3.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut Ujang Sumarwan, gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan sikap. Gaya hidup di definisikan sebagai pola dimana orang hidup menggunakan waktu serta uangnya. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam psikografinya, yaitu teknik untuk mengukur gaya hidup dan mengembangkan klasifikasi gaya hidup ini termasuk mengukur dimensi atau indikator AIO. Dimana AIO terdiri dari:⁵⁹

1. *Activities* (kegiatan) adalah tindakan nyata seperti (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga, kegiatan sosial) maupun seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertindak laku secara spontan.
2. *Interest* (minat) akan semacam obyek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya seperti, (makanan, mode, keluarga, rekreasi), Minat ialah usaha aktif menuju

⁵⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 67.

pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir dari pada gerakan yang menuju ke sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

3. *Opinion* (opini) adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respons terhadap situasi stimulus dimana semacam “pertanyaan” diajukan, seperti (mengenal diri mereka sendiri, isu sosial, bisnis, produk) atau dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan pikir dalam meletakkan hubungan antara tanggapan yang satu dengan lainnya, antara pengertian satu dengan pengertian lainnya dan dinyatakan dalam satu kalimat. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang atau seluruh pola dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.⁶⁰

2.3.4 Aspek-aspek Gaya Hidup

Adapun aspek gaya hidup bila dilihat dari sisi negatifnya, maka gaya hidup yang konsumtif akan menimbulkan dampak:⁶¹

1. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau

⁶⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), h. 192.

⁶¹ *Ibid.*, h. 137.

tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.

2. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.
3. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

2.3.5 Gaya Hidup yang Cenderung Konsumtif

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan.⁶²

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.⁶³ Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.⁶⁴

Perilaku konsumtif juga menggambarkan adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Gaya hidup konsumtif merupakan pola hidup untuk mengkonsumsi secara berlebihan barang-barang yang sebenarnya kurang

⁶² Hotpascaman, *“Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja”* (Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), h. 12.

⁶³ Elfina Putri Nanda Hasibuan, *“Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri”* (Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2010), h. 14.

⁶⁴ Tiurma Yustisi Sari, *“Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri”* (Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), h. 21.

diperlukan untuk mencapai kepuasan maksimal. Muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Dalam hal pembelian suatu barang, Sumartono mengungkapkan beberapa dimensi perilaku konsumtif diantaranya:⁶⁵

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.
Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah, sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
Remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.
6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figur produk tersebut.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda. Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari

⁶⁵ Dauzan Deriyansyah Praja dan Anita Damayantie, "Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa", dalam *Jurnal Sociologie*, Vol. 1 No. 3, h. 30.

produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Assuari, mengungkapkan ciri-ciri seseorang berperilaku konsumtif diantaranya yaitu:⁶⁶

- a. Ingin tampak berbeda dengan orang lain remaja melakukan kegiatan membeli barang dengan maksud untuk menunjukkan dirinya berbeda dengan lainnya. Remaja dalam memakai atau menggunakan suatu barang selalu ingin lebih dari yang dimiliki orang lain.
- b. Kebanggaan diri.
Remaja biasanya akan merasa bangga apabila ia dapat memiliki barang yang berbeda dari orang lain, terlebih lagi apabila barang tersebut jauh lebih bagus dan lebih hebat daripada milik orang lain.
- c. Ikut-ikutan.
Remaja pada umumnya melakukan tindakan pembelian yang berlebihan hanya untuk meniru orang lain, mengikuti trend mode yang sedang beredar, dan bukan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.
- d. Menarik perhatian orang lain.
Pembelian terhadap suatu barang dilakukan karena seseorang ingin menarik perhatian orang lain dengan menggunakan barang yang sedang populer saat itu karena remaja cenderung suka menjadi perhatian orang lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan mengenai gaya hidup yang cenderung konsumtif. Gaya hidup yang cenderung konsumtif adalah pola hidup seseorang yang ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta ditunjukkan dalam pembelian atau penggunaan produk mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup. Menurut pendapat

⁶⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), h. 78.

Amstrong gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong, menyatakan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*).⁶⁷

1. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut:

a. Sikap.

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian.

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri.

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian

⁶⁷ Dauzan Deriyansyah Praja dan Anita Damayantie, "Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa", dalam *Jurnal Sociologie*, Vol. 1 No. 3, h. 40-45.

akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.

e. Motif.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2. Faktor Eksternal

a. Kelompok Referensi.

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan dalam kebudayaan. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Selain itu juga adapun faktor-faktor yang pengaruh gaya hidup terhadap konsumsi yaitu:⁶⁸

- 1) Usia.
Usia yang produktif adalah waktu dimana gaya hidup seseorang berubah ubah dikarenakan berbagai alasan-alasan. Salah satunya usia yang produktif sangatlah berambisi mampu memperoleh suatu produk yang sangat diinginkan bahkan tidak sedikit konsumen yang selalu menginginkan produk dengan brand image yang baik.
- 2) Ekonomi.
Tingkat ekonomi seseorang juga menjadi faktor yang menentukan gaya hidup seseorang demi sebuah ambisi untuk memiliki produk dengan brand image yang bagus.
- 3) Lingkungan.
Keluarga dan kerabat cukup mempengaruhi suatu keputusan membeli dan mengkonsumsi produk dengan brand image sebagai acuannya.

2.3.7 Tipikal Konsumen Gaya Hidup⁶⁹

Terdapat dua macam tipikal konsumen dalam terhadap produk gaya hidup. Yang pertama ialah konsumen yang mementingkan kualitas ketimbang harga dan yang kedua ialah konsumen yang lebih mengutamakan citra ketimbang yang lainnya.

Pada masa sekarang ini di mana masyarakat dan tidak terkecuali di kalangan para mahasiswi menjadi lebih konsumtif menyebabkan pemasar berusaha untuk mempertajam segmen pasar yang dimasukinya seingga muncul segmen berdasarkan psikografis. Pada segmen pasar ini banyak orang membedakan antara riset psikografis dan gaya hidup (*lifestyle*). Tetapi gaya hidup (*lifestyle*) merupakan bagian yang dominan dari dimensi psikografis manusia. Sejalan dengan

⁶⁸ Silvia Nuriah, *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi*, (Makalah: Oktober 2014), h. 5.

⁶⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid I*, (Jakarta: PT. Indeks), h. 163.

perkembangan gaya hidup tersebut pemasar juga mengembangkan konsep *lifestyle branding*, di mana produk dilihat lebih dari sekedar memberi manfaat emosional tetapi juga pernyataan diri. Pemasar dalam mengembangkan *lifestyle branding* bertujuan untuk:

1. Memperoleh keuntungan melalui pembentukan dan mempertahankan ikatan yang kuat, emosional dan jangka panjang dengan konsumennya.
2. Membangun *lifestyle brand* dapat bermanfaat saat meluncurkan produk baru karena biaya lebih murah.
3. Pengguna yang loyal akan menceritakan kepada orang lain mengenai keuntungan penggunaan suatu produk.

Ada dua bentuk konsep berpikir konsumen yang hadir dalam dunia ilmu ekonomi hingga saat ini. Konsep yang pertama adalah *utility*, hadir dalam ilmu ekonomi konvensional. Konsep *utility* diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Konsep yang kedua adalah masalah, hadir dalam ekonomi Islam. Konsep masalah diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas, ia sangat berbeda dengan *utility* yang pemetaan majemuknya tidak terbatas.⁷⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada ekonomi Islam sangatlah penting untuk lebih mengutamakan kebutuhan yang memang benar-benar diperlukan oleh seseorang daripada hanya untuk memenuhi kepuasaanya sesaat saja.

⁷⁰ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 93.

2.3.8 Macam-macam Gaya Hidup

Macam-macam gaya hidup meliputi:⁷¹

1. Gaya hidup mandiri.
Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.
2. Gaya hidup Modern.
Di zaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut seseorang untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak orang yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam hal pemahaman teknologi.
3. Gaya hidup sehat.
Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif.
4. Gaya hidup hedonis.
Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.
5. Gaya hidup hemat.
Hidup hemat bukan berarti mengurangi konsumsi, hidup hemat adalah mengurangi konsumsi saat ini guna dapat mengkonsumsi lebih banyak di masa depan. Dengan mengkonsumsi lebih banyak di masa depan maka kita tidak bisa dikatakan berhemat. Hidup sesuai kemampuan lebih tepat daripada hidup hemat.

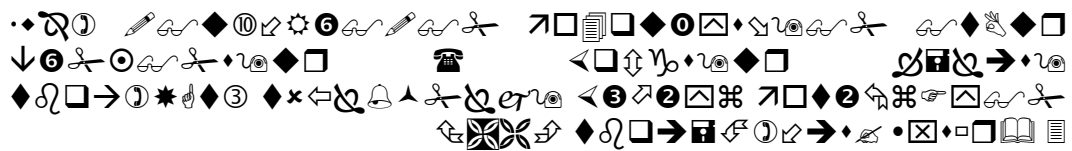
2.3.9 Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan,

⁷¹ <http://delastuty.wordpress.com>, di akses pada tanggal 27 Desember 2017.

bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya.⁷²

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu tauhid, inilah gaya hidup orang yang beriman. Adapun gaya hidup jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya.⁷³ Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am ayat 32:⁷⁴



Artinya: “Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka, dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertaqwa. Maka Tidakkah kamu memahaminya?”

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, adalah lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dengan menaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal di atas yang fana.

Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Janganlah orang terpedaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari

⁷² Jhon C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumsi Edisi 5*, (Jakarta: Erlangga, 2001), Jilid VI, h. 282.

⁷³ Surahmat, *Gaya Hidup Islami dan Gaya Hidup Jahili*, dalam *Khutbah Jum'at*, (13 Oktober 2017), h. 11.

⁷⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005), h. 132.

memperhatikan urusan akhirat. Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa setiap muslim tidak semestinya terkecoh oleh kesenangan-kesenangan dunia yang hanya sementara mengikuti kaum musyrikin. Setiap hari dunia menunjukkan permainan dan senda gurau untuk memberikan kesenangan yang hanya sementara kepada manusia sehingga lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Seorang muslim dalam melakukan kegiatan termasuk konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, tuntutan Rasulullah SAW tidak memikirkan kesenangan semata. Namun, dalam kenyataan justru membuat kita sangat prihatin sebab justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam saat ini.⁷⁵

Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah, dan tidak boros dalam pengeluaran. Nabi SAW memperingatkan bahwa hidup bermewah-mewah meskipun dengan barang-barang yang sifatnya mubah, dapat berpotensi menyeret manusia kepada pemborosan. Ini juga dapat menunjukkan manusia tersebut tidak memberikan apresiasi yang seharusnya terhadap harta yang merupakan nikmat Allah, sehingga termasuk dalam perilaku menyia-nyiakan harta. Dan sebaik-baik urusan adalah yang tengah-tengah, tidak berlebihan ataupun tidak kikir.

2.4 Konsumsi

⁷⁵ Himah Basyir *et. al.*, *Tafsir Al-Muyassar*, (Penerbit: An-Naba', Jl. Kahar Muzakir I, no. 1, Semanggi, Solo: 2011), h. 522.

2.4.1 Pengertian Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumption* yang berarti pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang akhir dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut.

Pembelanjaan masyarakat untuk makanan, pakaian, dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan atas pembelanjaan atau pengeluaran konsumsi. Barang-barang yang khusus diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya disebut barang konsumsi. Konsumsi juga merupakan pemakaian barang-barang hasil industri, pakaian, makanan, dan sebagainya.⁷⁶

Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan tujuan manusia mengkonsumsi adalah agar memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhinya berbagai macam keperluan baik kebutuhan pokok, sekunder, barang mewah, maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi dalam pengertian umum berarti memakai barang-barang hasil produksi. Menurut istilah ekonomi, konsumsi berarti kegiatan menggunakan, memakai, atau menghasilkan barang dengan maksud memenuhi kebutuhan. Faktor yang sangat menentukan terhadap besar kecilnya jumlah pengeluaran untuk konsumsi adalah pendapatan. Semakin besar pendapatan semakin besar pula pengeluaran.⁷⁷

⁷⁶ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 108.

⁷⁷ Dani Fardani, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Bandung: Angkasa, 2004), h. 1-2.

Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi.⁷⁸

Dalam ekonomi Islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiyah.

Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta).⁷⁹ Secara teoritis pengeluaran konsumsi dapat dibagi menjadi tiga kategori utama yaitu pengeluaran untuk barang tahan lama, barang tidak tahan lama, dan pengeluaran untuk jasa. Sedangkan dalam pengertian makro konsumsi adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh keseluruhan (agregat) rumah tangga konsumen untuk pembelian barang dan jasa akhir dengan maksud memperoleh kepuasan atau dalam rangka mencukupi kebutuhannya.⁸⁰

2.4.2 Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islam

Pada hakikatnya manusia adalah *homo economicus*, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. *Homo economicus* merupakan sosok manusia

⁷⁸ M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Kencana), h. 86.

⁷⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 127-130.

⁸⁰ Haroni Doli Ritonga, "Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3, 3 Juli 2010, h. 89.

yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada.⁸¹ Namun, pada kenyataannya perilaku manusia khususnya perilaku konsumsi lebih mengarah pada perilaku konsumtif. Jika diperhatikan lebih lanjut, perilaku konsumtif ini cenderung terjadi di masyarakat yang ada di sekitar kita, khususnya yang akan beranjak remaja.⁸² Dalam

ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah memaksimalkan masalah. Menurut Imam Shaytibi, istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Ada lima elemen dasar, yakni: agama, kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Dengan kata lain, masalah meliputi integrasi manfaat fisik dan unsur-unsur keberkahan. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.⁸³

Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan

⁸¹ Wibi Hardani, *Prinsip-Prinsip Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 29.

⁸² Aldila Septiana, *Modul Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bangkalan: UTM Press, 2015), h. 27.

⁸³ Machaisin, *Islam Teologi Aplikatif*, (Yogyakarta: Pustaka Alief, 2003), h. 30.

manusia yang lebih sejahtera. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:⁸⁴

1. Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah SWT akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam Surat an-Nahl ayat 11 yang menjeaskan bahwasanya Allah-lah yang telah menurunkan air dari langit, diantaranya untuk dikonsumsi manusia dan tumbuhan yang ada di bumi, dan Allah menumbuhkan tanaman dengan air itu yang darinya tumbuh bermacam-macam buah.
2. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Dimana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim.
3. Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain.

⁸⁴ Amiruddin, *Ekonomi Mikro : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Alauddin University Press, 2013), h. 121-122.

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain.

Meskipun syariat telah melarang mengkonsumsi beberapa jenis barang, ternyata Allah masih meluaskan rahmat-Nya dengan memberikan kelonggaran ketika seseorang dalam keadaan darurat menyangkut kehidupannya, maka dia boleh memakan sesuatu yang haram dengan syarat pada dasarnya tidak tidak berlebihan. Pada sisi lain, ketika diberi keluasaan harta muslimin tidak berlebihan dalam menggunakannya, sehingga melebihi batas dan dapat menjerumuskan ke dalam pemborosan dan menelantarkan hak-hak yang wajib. Dalam diri seorang muslim harus mengkonsumsi yang membawa manfaat (maslahat) dan bukan merugikan (madharat). Konsep maslahat lebih objektif karena bertolak dari kebutuhan, yaitu prioritas yang lebih mendesak. Konsep maslahat individu senantiasa membawa dampak terhadap maslahat umum/sosial.

Konsumsi dalam Islam tidak semata-mata bersifat kebendaan yang didasarkan pada rasionalisme tetapi juga kerohanian. Rasionalisme dalam Islam tidak hanya didasarkan pada dorongan akal, tetapi juga pada nilai-nilai Keilahian yang akan memudahkan seseorang untuk mencari dan mendapatkan kebenaran tentang konsumsi yang harus dilakukan. Ciri ini dinyatakan dalam Al-Qur'an dengan mengarahkan manusia untuk berfikir dan menggunakan akal sehat dalam melakukan sesuatu yang dilarang dalam membuat keputusan dibawah kondisi

paksaan, prasangka, nafsu, dan ikut ikutan.⁸⁵

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya.⁸⁶

Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bemilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi.⁸⁷

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi dalam kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut dengan bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antar duniawi dan ukhrawi. Keimanan

⁸⁵ Ridwan *et. al.*, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro Islam*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2013), h. 16.

⁸⁶ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, dalam *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, 2006, h. 3-4.

⁸⁷ *Ibid.*, h. 6.

memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif.⁸⁸

Adapun teori-teori konsumsi menurut Islam yaitu: ⁸⁹

1. Teori Nilai Guna (*Utility*)

Di dalam teori ekonomi seseorang dalam melakukan konsumsi suatu barang dinamakan utility atau nilai guna. Kalau kepuasan semakin tinggi maka nilai gunanya semakin tinggi pula, begitupun sebaliknya semakin rendah kepuasan maka semakin rendah pula nilai gunanya. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan mempertimbangkan beberapa hal yaitu, barang yang dikonsumsi tidak haram termasuk di dalamnya berspekulasi menimbun barang dan melakukan kegiatan pasar gelap, tidak mengandung riba, dan memperhitungkan zakat dan infaq. Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi lebih dikarenakan apa yang dilakukan Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya.

Tindakan-tindakan yang merugikan, seperti pemborosan dilarang oleh Allah SWT, Allah menganjurkan hidup dalam keseimbangan yaitu tidak bersikap boros dan tidak pula kikir. Menurut Abu Said al-Khudri, yang diriwayatkan oleh Bukhari, Nabi menganjurkan umatnya untuk bersikap sederhana di dalam mengkonsumsi.

2. Teori Kebutuhan

Dalam menjalani kehidupan, manusia membutuhkan berbagai jenis barang-

⁸⁸ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 11-12.

⁸⁹ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, dalam *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, 2006, h. 7.

barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia sejak lahir hingga meninggal dunia tidak terlepas dari kebutuhan akan segala sesuatunya. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkannya.

Yang perlu dilakukan masyarakat muslim adalah membedakan yang penting dan yang tidak penting dengan membagi semua barang dan jasa ke dalam tiga kategori, yaitu kebutuhan, kemewahan, dan perantara.⁹⁰ Kebutuhan mengacu kepada semua barang dan jasa untuk memenuhi keinginan atau mengurangi tingkat kesulitan. Kemewahan mengacu kepada semua barang dan jasa yang diinginkan semata-mata untuk pamer dan tidak menciptakan perbedaan riil dalam kesejahteraan seseorang.

Di era sekarang terutama mahasiswa maupun mahasiswi sering kali mengambil keputusan karena ikut-ikutan, baik dari seorang teman dekatnya, maupun lingkungan disekitarnya. Hal ini dilihat dari berbagai pengamatan dan fenomena yang sedang berkembang.

Namun dalam artian tersebut tidak berarti seseorang dapat mengkonsumsi segala barang yang dikehendaki, tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengkonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan hak-hak orang lain yang ada di dalamnya. Karenanya dalam konsumsi, prinsip dasar yang harus dijadikan sebagai acuan adalah kebenaran, kesucian, moderat/kesederhanaan,

⁹⁰ Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, (Surabaya, Risalah Gusti: 2003), h. 305.

kemaslahatan dan akhlak.⁹¹ Berikut adalah penjabaran prinsip-prinsip di atas:

92

1. Prinsip kebenaran mengajarkan kepada manusia untuk mempergunakan barang-barang yang dibenarkan oleh syara', baik dari segi zat, cara memproduksi maupun tujuan mengkonsumsi barang tersebut. Dengan demikian dalam ekonomi Islam barang-barang yang halal dari segi zat nya bisa saja menjadi haram ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan syara'.
2. Prinsip kebersihan berarti bahwa yang dikonsumsi harus lebih bersih, baik, berguna dan sesuai untuk dimakan. Barang yang haram, kotor, bercampur najis dan bisa menimbulkan kemudharatan dan ukhrawi tidak boleh dipergunakan.
3. Prinsip moderat menganjurkan agar konsumsi sampai tingkat minimum (standar) sehingga bisa mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan, tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan. Prinsip kesederhanaan juga mengajarkan kepada seseorang apabila pendapatan seseorang meningkat, pendapatan tersebut seharusnya tidak dipergunakan untuk meningkatkan volume konsumsi, namun untuk kesejahteraan sosial.
4. Prinsip kemaslahatan berarti bahwa seseorang boleh mengkonsumsi barang selagi barang tersebut mampu memberikan kebaikan serta kesempurnaan dalam usaha mengabdikan diri kepada Allah.
5. Prinsip akhlak menunjukkan bahwa konsumsi harus dapat memenuhi etika, adat kesopanan dan perilaku terpuji seperti syukur, zikir, dan fikir serta sabar dan mengesampingkan sifat-sifat tercela seperti kikir dan rakus.

Di samping itu, terdapat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan berdasarkan tingkat kemaslahatan yang dibutuhkan dalam menunjang kehidupan yang Islami.

Pola dalam preferensi konsumsi dan pemenuhan kebutuhan manusia bisa dijabarkan berikut ini:⁹³

- a. Mengutamakan akhirat daripada dunia.
- b. Konsisten dalam prioritas pemenuhan kebutuhan.
- c. Memperlihatkan etika dan norma.

⁹¹ *Ibid.*, h. 17.

⁹² *Ibid.*, h. 18.

⁹³ *Ibid.*, h. 75-77.

menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena israf, di antaranya adalah efisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self-interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.⁹⁷

Aturan Islam tentang konsumsi ini lebih diarahkan kepada konsumen dan bukan pada pihak produsen. Konsumen hendaknya membelanjakan harta sesuai kebutuhannya tanpa berlebih-lebihan dan menghindari pembelanjaan yang dapat mengakibatkan *tabzir* (pemborosan). Selain itu, Islam juga menganjurkan hidup sederhana dan menjauhi gaya hidup yang mewah. Berkenaan dengan harta ini, menurut Yusuf Al-Qardhawi, terdapat beberapa batasan dari segi kualitas maupun batasan dari segi kuantitas. Batasan yang pertama berkaitan dengan status hukum dari pengguna barang itu sendiri, seperti dilarang membelanjakan harta pada sesuatu yang dapat memabukkan dan mengumpulkan modal untuk berjudi. Sedangkan batasan yang kedua jumlah harta yang dibelanjakan, seperti ketentuan belanja yang tidak besar pasak dari pada tiang.⁹⁸

Adapun secara umum tujuan konsumsi Islam yaitu:

1. Memberikan bantuan kepada orang lain (tujuan sosial).
2. Menjaga keamanan dan kesehatan.
3. Keindahan dan seni.
4. Memuaskan batin.

⁹⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 16.

⁹⁸ A Djaazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 35.

Tujuan konsumsi Islam adalah untuk mewujudkan masalah duniawi dan ukhrawi. Masalah duniawi adalah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia seperti pakaian, makanan, minuman, pendidikan, kesehatan, perumahan. Kemaslahatan akhirat adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.⁹⁹

Sistem ekonomi Islam menetapkan standar skala prioritas dalam mengkonsumsi yang harus di patuhi orang-orang Islam. Menurut Imam Al-Syaithibi menjelaskan ada tiga jenjang prioritas kebutuhan manusia, yaitu:¹⁰⁰

1. Dharuriyat yang mencakup :
 - a. Agama (din).
 - b. Kehidupan (nafs).
 - c. Pendidikan (nasl).
 - d. Harta (mal).
2. Hajiyat. Jenjang ini merupakan pelengkap mengokohkan, menguatkan, dan melindungi jenjang dharuriyat.
3. Tahsiniyat. Jenjang ini merupakan penambah bentuk kesenangan dan keindahan dharuriyat dan hajiyat.

⁹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 176.

¹⁰⁰ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 66-67.

Oleh sebab itu, atas pemahaman terhadap syariah, maka dalam permintaan konsumen muslim ditetapkan aturan sebagai berikut:¹⁰¹

1. Konsumsi berjenjang mulai dari dharuriyat, hajiyat, hingga tahsiniyat itu dianjurkan supaya tidak mengarahkan pada sikap pemborosan.
2. Komoditi barang dan jasa yang diharamkan dalam syariah dilarang untuk dikonsumsi supaya manusia sehat jasmanai dan rohaninya.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan diringya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih jauh memilih jalan yang di batasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia dan di akhirat.¹⁰²

Adapun menurut Imam Ghazali mengenai teori masalah yaitu beliau membedakan dengan jelas antara keinginan dan kebutuhan. Menurut Imam Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Beliau tidak hanya memandang sebuah kebutuhan sebagai sesuatu yang independen dan objektif, namun juga sesuatu yang subjektif.¹⁰³

Seorang individu harus mengetahui bahwa tujuan utama manusia diciptakan dengan hawa nafsu adalah untuk menggerakkan mencari sesuatu yang ia butuhkan

¹⁰¹ *Ibid.*, h. 101.

¹⁰² *Ibid.*, h. 4.

¹⁰³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), h. 87.

dan pada akhirnya kebutuhannya terpenuhi sehingga ia dapat menjalankan fungsinya secara optimal sebagai hamba Allah, yaitu beribadah. Hal ini jauh berbeda dengan konsep tujuan manusia diciptakan dari sudut pandang ekonomi konvensional. Ekonomi konvensional tidak menghiraukan hubungan tujuan penciptaan manusia dengan kegiatan pemenuhan kebutuhannya. Mereka menyamakan kebutuhan dan keinginan akan berdampak pada eksploitasi sumber daya alam secara besar-besaran. Munculnya ilmu ekonomi konvensional itu sendiri diyakini oleh para penggagasnya karena terjadi kesenjangan antara sumber-sumber daya yang tidak terbatas.¹⁰⁴

Imam

Ghazali dalam bukunya *Ihya*, membagi tingkatan konsumsi yaitu *sadd ar-Ramq* dan ini disebut juga *had ad-dharurah*, *had al-hajah*, dan yang tertinggi *had at-tana'um*. Yang dimaksud dengan *had ar-ramq* atau batasan darurat adalah tingkatan konsumsi yang paling rendah dan bila manusia berada dalam kondisi ini, ia hanya mampu bertahan hidup dengan penuh kelemahan dan kesusahan. Tingkatan *tana'um* digambarkan bahwa individu pada tahapan ini melakukan konsumsi tidak hanya di dorong oleh usaha memenuhi kebutuhannya, tetapi juga bertujuan untuk bersenang-senang dan bernikmat-nikmat. Antara *had-dharurah* dengan *tana'um* terdapat area yang sangat luas disebut *had al-hajah* dimana keseluruhannya halal dan mubah. Ketiga tingkatan konsumsi tersebut lebih dikenal dengan *dharuriyat* (kebutuhan), *hajat* (kesenangan atau kenyamanan), dan *tahsiniyat* (kemewahan).¹⁰⁵

¹⁰⁴ *Ibid.*, h. 88.

¹⁰⁵ *Ibid.*, h. 88.

Meskipun dharuriyat merupakan tingkatan pertama dimana manusia mampu bertahan hidup apabila memenuhinya, namun Imam Ghazali mengkritik “Jika orang-orang tetap tinggal pada tingkatan subsisten (*sadd al ramq*) dan menjadi sangat lemah, angka kematian akan meningkat, semua pekerjaan dan kerajinan akan berhenti, dan masyarakat akan binasa. Selanjutnya, agama akan hancur, karena kehidupan dunia adalah persiapan bagi kehidupan akhirat. Lebih lanjut Imam Ghazali menjelaskan bahwa tingkatan konsumsi tersebut merupakan kunci pemeliharaan lima tujuan dasar suatu masyarakat (individu) dalam meningkatkan kesejahteraan. Lima tujuan dasar yang terkenal sebagai kerangka hierarki kebutuhan individu dan sosial itu adalah :¹⁰⁶

1. Agama (*al-din*).
2. Hidup atau nyawa (*nafs*).
3. Keluarga atau keturunan (*nasl*).
4. Harta atau kekayaan (*maal*).
5. Akal (*aql*).

Beliau menitikberatkan bahwa sesuatu tuntutan wahyu “kebaikan dunia ini dan akhirat merupakan tujuan utamanya. Konsep yang diungkapkan Imam Ghazali disebut juga konsep maslahat atau kesejahteraan sosial. Dalam ilmu ekonomi konvensional, konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia. Dalam ekonomi konvensional, seorang individu (konsumen) didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme yaitu tidak seorangpun dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingan dirinya kecuali

¹⁰⁶ *Ibid.*, h. 90.

orang itu sendiri. Dari perbedaan di atas tentu saja konsep konsumsi milik Imam Ghazali jauh berbeda dengan konsep konsumsi pada ekonomi konvensional.¹⁰⁷

Ekonomi konvensional lebih mengedepankan kebebasan dalam bertindak hanya semata-mata untuk memenuhi keinginan yang tidak dapat dibedakan dengan kebutuhan. Berbeda dengan konsep Imam Ghazali yang secara jelas membedakan esensi dari kebutuhan dan keinginan. Imam Ghazali juga secara tersirat memberitahukan bahwa apa yang dilakukan saat ini (berkonsumsi) haruslah membawa dampak tidak hanya bagi diri sendiri namun juga membawa masalah (kesejahteraan) bagi sekitar, yang secara linear hal itu menjadi salah satu jalan untuk beibadah kepada Allah SWT.¹⁰⁸

2.4.3 Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan

Dari pengertiannya saja, perbedaan kebutuhan dan keinginan sebetulnya sudah dapat kita ketahui. Kebutuhan adalah fungsi dasar dari sesuatu yang secara esensial dibutuhkan manusia untuk hidup, misalnya seperti makanan, tempat tinggal, pakaian, transportasi, pendidikan, dan kesehatan. Sedangkan keinginan adalah fungsi tambahan yang meski tidak terpenuhi, ia tidak mengancam kehidupan seseorang, misalnya makanan yang enak, rumah yang mewah, mobil baru yang mahal, AC, handphone yang canggih, dan lain sebagainya.¹⁰⁹

¹⁰⁷ *Ibid.*, h. 92.

¹⁰⁸ *Ibid.*, h. 93.

¹⁰⁹ Mustafa Edwin, *et. al.*, *Pengenalan Ekstusif Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 76.

Dari pengertian di atas, kita dapat melihat karakteristik apa saja yang sebenarnya menjadi pembeda antara kebutuhan dan keinginan. Perbedaan antara kebutuhan dan keinginan tersebut dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:¹¹⁰

Tabel 2.1
Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan

Perbedaan	Barang	Jasa
Sifat	Objektif	Subjektif
Sumber	Fitrah	Hawa nafsu
Ukuran	Fungsi	Selera
Hasil	Kemanfaatan	Kepuasan
Tuntutan Islam	Dipenuhi	Dibatasi

1. Perbedaan Sifat

Perbedaan kebutuhan dan keinginan yang paling utama dapat dilihat dari sifat keduanya. Kebutuhan bersifat objektif, artinya semua orang memiliki kebutuhan dasar yang sama. Sementara keinginan bersifat subjektif, artinya keinginan bersifat subjektif, artinya keinginan setiap orang bisa berbeda-beda tergantung gaya hidup, pendapatan, dan pola pikir. Semakin tinggi gaya hidup, pendapatan, dan pola pikir, maka akan semakin banyak pula keinginan orang tersebut.

2. Perbedaan Sumber

Kebutuhan bersumber dari fitrah manusia. Jika tidak terpenuhi, maka kehidupan setiap manusia akan terancam. Sementara keinginan bersumber dari hawa nafsu. Seseorang yang tidak mampu mengendalikan hawa nafsu atas segala

¹¹⁰ *Ibid.*, h. 76.

keinginannya sering kali akan mengabaikan kebutuhan-kebutuhannya yang paling esensial.

3. Perbedaan Ukuran

Kebutuhan dinilai dari seberapa besar fungsi dan manfaat yang dapat kita peroleh dari pemenuhannya. Sedangkan keinginan dinilai dari seberapa besar selera, preferensi, atau tingkat kesukaan. Contoh sederhanya adalah ketika kita membeli makanan. Secara kebutuhan, kita sebenarnya hanya membutuhkan makanan yang mengenyangkan, sehat dan bergizi, sementara secara keinginan, kita akan menginginkan makanan yang enak, mahal, dan sesuai dengan selera kita.

4. Perbedaan Hasil

Karena ukuran antara kebutuhan dan keinginan berbeda, maka hasil yang didapat dari pemenuhan keduanya juga berbeda. Pemenuhan kebutuhan akan menghasilkan kemanfaatan, sedangkan pemenuhan keinginan akan menghasilkan kepuasan. Kemanfaatan dari pemenuhan kebutuhan umumnya akan sangat terbatas, sementara kepuasan dari pemenuhan keinginan sebaliknya, tidak memiliki batasan. Setiap suatu keinginan terpenuhi, secara kodrati maka akan muncul keinginan-keinginan baru dalam setiap diri manusia.

5. Perbedaan dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, perbedaan kebutuhan dan keinginan juga terletak pada bagaimana keduanya dipenuhi. Islam menganjurkan kita berusaha semaksimal

mungkin untuk dapat memenuhi semua kebutuhan kita, sementara Islam justru mengajarkan kita untuk dapat membatasi semua keinginan kita.

2.4.4 Etika Konsumsi dalam Islam

Etika Islam berarti akhlak mahmudah atau akhlak terpuji. Istilah etika yang dalam bahasa Indonesia adalah “kesusilaan”, kata dasarnya adalah “susila” kemudian diberi awalan ke- dan akhiran -an. “Susila” berasal dari bahasa Sansekerta, “su” berarti baik dan “sila” berarti norma kehidupan. Jadi etika berarti menyangkut kelakuan yang menuruti norma-norma kehidupan yang baik. adapun etika Islam, berarti menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT agar manusia mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.¹¹¹

Di bidang ekonomi, etika islam berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT, sebagaimana disebutkan dalam AL-Qur’an:¹¹²

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”(Q.S. Al-Baqarah:168).

¹¹¹ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 37.

¹¹² Muhammad Shohib, *Departemen Agama RI Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bogor: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 97.

Karena itu orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang dicipta Allah untuk umat manusia. Konsumsi dan pemuas kebutuhan tidak dikutuk dalam Islam selama keduanya tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau merusak.¹¹³

Konsumsi

berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Sikap kategori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam suatu hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal dan sebagainya. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.¹¹⁴

Salah satu ciri dalam Islam adalah bahwa ia tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalahgunaannya. Oleh karena itu, etika dalam berkonsumsi akan mampu

¹¹³ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 38.

¹¹⁴ *Ibid.*, h. 38.

membentuk pribadi-pribadi muslim yang tidak hanya menghasilkan kepuasan konsumtif melainkan mampu menciptakan kepuasan kreatif untuk menghasilkan kepuasan produktif. Pribadi-pribadi muslim demikian, tentu tidak akan menjadi *musrif* atau *mubzir*, tetapi mampu menciptakan produktivitas yang optimal yang membawa maslahat dan rahmatan lil' alamin.¹¹⁵

2.4.5 Batasan Konsumsi dalam Islam

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi keribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan lain-lain. Keimanan sangat memengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dan bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut dengan sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif.¹¹⁶

Batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup komoditi lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi bukan untuk suatu komoditi tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya, karena antara lain berbahaya bagi tubuh, dan tentu

¹¹⁵ *Ibid.*, h. 38-39.

¹¹⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 12.

berbahaya pula bagi jiwa. Sedangkan pengharaman yang bukan zat nya, karena antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual.¹¹⁷

Bukan hanya aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam. Termasuk pula aspek yang mesti diperhatikan adalah yang baik, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikkan. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dikonsumsi untuk semua keadaan. Syariah sendiri menganjurkan untuk memilih komoditi yang bersih dan bermanfaat dari semua komoditi yang diperbolehkan.¹¹⁸

Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap memperbolehkan seorang muslim untuk menikmati kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran.¹¹⁹

2.4.6 Dimensi Konsumsi

Adapun kebutuhan-kebutuhan hidup yang sangat penting bagi kehidupan manusia apabila tidak terpenuhi manusia tidak akan dapat hidup, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah:¹²⁰

1. Makanan.

¹¹⁷ *Ibid.*, h. 14.

¹¹⁸ *Ibid.*, h. 15.

¹¹⁹ *Ibid.*, h. 15.

¹²⁰ Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 95.

Makanan dipandang sebagai kebutuhan pokok manusia yang paling penting. Manusia dapat hidup tanpa pakaian dan tempat tinggal dalam kondisi-kondisi tertentu tetapi tidak tanpa makanan.

2. Pakaian.

Setelah makanan, kebutuhan lain yang penting bagi manusia adalah pakaian atau busana yang berfungsi melindungi manusia dari panas dan dingin agar terlihat indah dan bagus kepribadian manusia tersebut.

3. Tempat Tinggal.

Tempat tinggal sama halnya dengan makanan dan pakaian, manusia juga membutuhkan tempat berlindung dari kehidupan luar. Oleh karena itu Islam juga telah memberi perhatian terhadap yang satu ini.

Konsumsi bisa berarti mengambil manfaat atau menggunakan barang-barang jadi dari hasil produksi. Kegiatan konsumsi pada hakikatnya adalah kegiatan penyeimbang dari kegiatan produksi, artinya kegiatan produksi tidak akan mengandung arti apa-apa bagi kehidupan ekonomi manusia bila tidak dibarengi dengan kegiatan konsumsi. Sebab, pada akhirnya kebutuhan produksi dilakukan dalam rangka menemukan kebutuhan konsumen. Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat.

Adapun pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi

seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin tidak makmur.¹²¹

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian konsumsi. Konsumsi adalah pengeluaran oleh seseorang atas penggunaan barang dan jasa pada periode waktu tertentu.

2.4.7 Indikator Konsumsi

Adapun instrumen atau indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat konsumsi maupun untuk melihat seseorang dalam berkonsumsi tersebut berlebihan atau tidak adalah sebagai berikut:¹²²

1. Bakhil.

Bakhil adalah dimana dalam membelanjakan harta tidak boleh melampaui batas, seperti dalam menafkahkan hartanya untuk orang lain lebih banyak dalam jumlah besar daripada nafkah pribadinya dan sebaliknya dalam membelanjakan harta tidak boleh terlalu hemat baik untuk kepentingan dirinya maupun keluarganya, atau sering disebut dengan kikir.

2. Wajar (sederhana).

Wajar ataupun tengah-tengah adalah memanfaatkan atau mengatur perilaku manusia agar dalam mengkonsumsi tidak berlebihan baik mengenai makanan dan minuman dan barang-barang yang akan dikonsumsi agar tidak bersikap berlebih-lebihan.

¹²¹ A Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 34.

¹²² Hasnira, “*Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*”, (Skripsi, Makassar, 2017), h. 22.

3. Israf (berlebihan).

Israf yaitu menghambur-hamburkan uang tanpa sesuai kepentingan dan kebutuhan. Dimana adanya sifat pemborosan dan bersifat bermewah-mewahan serta berlebih-lebihan.

2.4.8 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi¹²³

1. Faktor-faktor Ekonomi

a. Pendapatan atau penghasilan.

Pendapatan amat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin tinggi tingkat pendapatan seseorang, makin tinggi pula tingkat konsumsi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan seseorang untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar. Atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya kualitas yang lebih baik.

b. Jumlah barang-barang konsumsi tahan lama.

Pengeluaran konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh jumlah barang-barang konsumsi tahan lama. Pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi bisa bersifat positif dan negatif. Barang-barang yang tahan lama biasanya harganya mahal, yang untuk memperolehnya dibutuhkan waktu untuk menabung. Apabila membelinya secara tunai, maka sebelum membeli harus banyak menabung (konsumsi berkurang). Namun apabila membelinya dengan cara kredit, maka masa untuk menghemat adalah sesudah pembelian barang.

c. Perkiraan tentang masa depan.

Jika seseorang memperkirakan masa depannya makin baik, mereka akan merasa lebih leluasa untuk melakukan konsumsi. Karenanya pengeluaran konsumsi cenderung meningkat. Jika seseorang memperkirakan masa depannya makin buruk, mereka pun mengambil ancang-ancang dengan menekan pengeluaran konsumsi.

d. Tingkat harga barang.

Banyak sedikitnya barang akan dikonsumsi sangat bergantung pada harga. Dengan kata lain, konsumsi dikurangi waktu harga tinggi dan konsumsi dapat ditingkatkan jika harga lebih rendah.

2. Faktor-faktor Non-Ekonomi

¹²³ Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro, Edisi 4*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), h. 53-56.

Faktor-faktor non ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial-budaya masyarakat. Adapun diantaranya yaitu:

- a. Selera.
Selera setiap seseorang berbeda-beda. Tergantung dari keinginan dan kebutuhan mereka barang apa yang akan mereka beli.
- b. Sikap dan gaya hidup seseorang.
Sikap dan gaya hidup seseorang sangat mempengaruhi tingkat konsumsi. Jika sikap dan gaya hidup boros, ia cenderung berperilaku konsumtif, yaitu kebiasaan untuk membelanjakan semua uang untuk membeli barang, padahal barang tersebut belum tentu bermanfaat.
- c. Faktor sosial-budaya.
Faktor sosial-budaya juga dapat menyebabkan berpengaruh besarnya konsumsi. Misalnya saja, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru suatu kelompok lain yang dianggap lebih hebat. Sebab kedua faktor diatas saling terkait erat dan saling mempengaruhi.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Tujuan dan Variabel	Metode	Hasil
----	----------------------------	-------	------------------------	--------	-------

1.	Yunita Nur Aviva (2016)	“Pengaruh Peran Orang Tua Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Siswa Madrasah Aliyah Islamiyah At-Tanwir Bojonegoro	Variabel bebas: - Peran Orang Tua. - Uang Saku. Variabel Terikat: - Minat Menabung.	Menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan teknik cluster sampling.	Maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel peran orang tua tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menabung. Untuk pengujian secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (peran orangtua dan uang saku) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat menabung).
----	-------------------------------	--	---	---	---

2.	Hasnira (2017)	“Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”	Variabel Bebas: - Pendapatan. - Gaya Hidup. Variabel Terikat: - Pola Konsumsi.	Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Menggunakan teknik non probability sampling.	Berdasarkan pengujian secara parsial pada masing- masing variabel, dapat dilihat bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat. Sedangkan pengujian secara parsial pada variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi masyarakat. Untuk pengujian secara simultan didapatkan hasil bahwa secara bersama- sama berpengaruh terhadap konsumsi
----	-------------------	--	--	--	--

 masyarakat.

3.	Sunarti. S (2017)	“Pengaruh Kecerdasan Spiritual Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Konsentrasi Manajemen	Variabel Bebas: - Kecerdasan Spiritual. - Gaya hidup hedonisme. Variabel Terikat: -Manajemen Keuangan Pribadi	Menggunakan model analisis regresi berganda. Dengan teknik pengumpulan data dari hasil survey seperi angket dan wawancara.	Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel kecerdasan spiritual di dapatkan hasil yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Sedangkan pengujian secara parsial pada variabel gaya hidup hedonisme di dapatkan hasil berpengaruh positif dan signifikan. Untuk pengujian secara simultan
----	----------------------	---	---	--	--

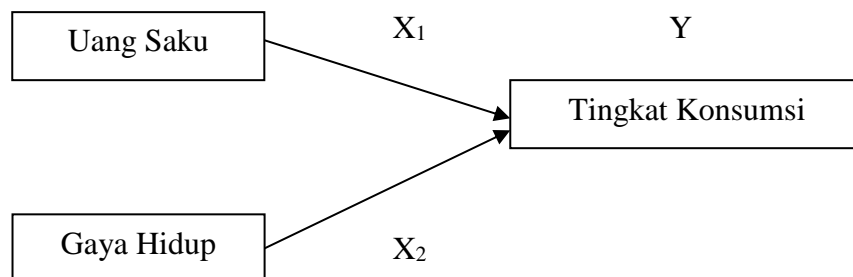
					didapatkan hasil variabel bebas bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
4.	M. Affandi (2015)	“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Internet Mahasiswa Universitas Hasanuddin Kota Makassar”	Variabel Bebas: - Uang Saku. - Beasiswa. - Jenis Kelamin. Variabel Terikat: - Tingkat Konsumsi Internet.	Menggunakan teknik probability sampling khususnya random sampling.	Berdasarkan pengujian secara parsial pada variabel uang saku di dapatkan hasil bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi internet. Pada variabel beasiswa didapatkan hasil bahwa memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Pada variabel jenis kelamin didapatkan hasil bahwa memiliki

pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Untuk pengujian secara simultan Dari ke tiga variabel berpengaruh terhadap variabel terikat.

2.6 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1



Sumber : Telaah Peneliti

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis penelitian, maka perumusan hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁ : Uang saku berpengaruh secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- H₂ : Gaya hidup berpengaruh secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- H₃ : Uang saku dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang akan diteliti yaitu X_1 (Uang Saku), X_2 (Gaya Hidup), dan Y (Tingkat Konsumsi) agar didapat hasil yang akurat yaitu dilakukan pengujian statistik menggunakan SPSS agar hasil yang di dapatkan positif dan signifikan. Menurut Sugiono penelitian deskriptif kuantitatif adalah keakuratan deskripsi suatu variabel dan keakuratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang pengaruh uang saku dan gaya hidup dari suatu objek penelitian mahasiswi yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis kuantitatif (kuesioner) serta pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda.¹²⁴

Menurut Margono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir deduktif

¹²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Cet. Ke-19, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 91.

untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris.¹²⁵

Sifat penelitian ini memakai *explanatory*. *Explanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Pada penelitian ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan dan penelitian ini berfungsi menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Oleh karena itu dalam penelitian ini nantinya akan dijelaskan mengenai adanya hubungan interaktif atau timbal balik antara variabel yang akan diteliti dan sejauh mana hubungan tersebut saling mempengaruhi.¹²⁶

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada mahasiswi Program Studi (Prodi) Perbankan Syariah, yang beralamat di Jl. Meurandeh, Kota langsa, Provinsi Aceh, Telp. (0641) 23129. Waktu penelitian ini adalah dimulai dari bulan Desember 2017 sampai dengan April 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk

¹²⁵ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 64.

¹²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 420.

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹²⁷ Berdasarkan data yang telah diperoleh bahwa jumlah populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa sebanyak 609 orang. Data di dapat dari SISFO IAIN Langsa.

3.3.2 Sampel

Penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Sampel acak (probabilitas) adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel di mana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.¹²⁸ Metode memakai *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiono, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹²⁹ Pada penelitian ini responden akan di datangi langsung ke lokasi perkuliahan dan memberikan kuesioner kepada mahasiswa Perbankan Syariah.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹³⁰

Pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin:¹³¹

¹²⁷ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 67.

¹²⁸ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2008), h. 185.

¹²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 118.

¹³⁰ *Ibid.*, h. 92.

¹³¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 105.

$$\frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi (10% atau 0,1)

Penghitungan sampelnya yaitu:

$$n = \frac{609}{609(0,1)^2 + 1}$$

$$= 85,8 \text{ dibulatkan menjadi } 86 \text{ orang.}$$

Jadi, pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 86 orang dari mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.¹³² Dimana keunggulan metode ini adalah kemudahannya dalam menganalisis data dan menghitung errornya.¹³³

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹³⁴ Setelah mendapat data dari responden melalui kuesioner/angket

¹³² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Cet. Ke-19, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 64.

¹³³ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing), h. 120.

¹³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 199.

kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).¹³⁵

Kuesioner diberikan kepada mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai tingkat konsumsi.

Data yang diperoleh masih merupakan data kualitatif (berupa pernyataan dalam bentuk kuesioner), maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentransformasian dalam bentuk data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka.

Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan *Skala Likert* dan untuk satu nilai pilihan dinilai (*score*) dengan jarak interval 1. *Score* dari pilihan tersebut antara lain 1,2,3,4, dan 5. Skala Likert terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS dengan skor 1), Tidak Setuju (TS dengan skor 2), Netral (KS dengan skor 3), Setuju (S dengan skor 4), dan Sangat Setuju (SS dengan skor 5). Masing0masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Kuesioner

Keterangan (Pilihan)	Score
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.5 Jenis dan Sumber Data

¹³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 426.

Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data yaitu sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya seperti, wawancara, angket dan pengamatan atau observasi.¹³⁶ Data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
2. Data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya.¹³⁷ Seperti diperoleh dari literatur, dokumen, skripsi, tesis, jurnal, buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi atau data-data lain yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai bahan referensi.

3.6 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Dalam Penelitian ini variabel yang terdiri dari variabel-variabel yang akan diuji peneliti, yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel *Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel terikat, terdiri dari uang saku (X_1) dan gaya hidup (X_2).
2. Variabel Terikat (Variabel *Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya perubahan dari variabel bebas, yaitu variabel tingkat konsumsi (Y).

3.6.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

¹³⁶ Azuar Juliandi dan Irfan , *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 67.

¹³⁷ *Ibid.*, h. 67.

1. Uang Saku (X_1), uang saku merupakan pendapatan mahasiswa berasal dari orang tua dengan perencanaan uang tersebut dapat digunakan untuk membeli jajanan, biaya transportasi, dan kebutuhan lainnya yang biasanya diterima oleh mahasiswa setiap bulan, setiap minggu, ataupun setiap hari. Dari uang saku inilah yang selanjutnya mahasiswa gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk selanjutnya mereka alokasikan untuk pengeluaran konsumsi mereka baik itu konsumsi makanan maupun konsumsi non makanan.
2. Gaya Hidup (X_2), gaya hidup merupakan cara hidup yang di identifikasikan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).
3. Tingkat Konsumsi (Y), tingkat konsumsi merupakan semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Uang Saku (X_1)	Merupakan pendapatan mahasiswa berasal dari orang tua dengan perencanaan uang tersebut dapat digunakan untuk membeli jajanan, biaya transportasi, dan kebutuhan lainnya yang biasanya diterima oleh mahasiswa setiap bulan, setiap minggu, ataupun setiap hari.	1. Pemanfaatan. 2. Pemberian orangtua. 3. Penghasilan.	Skala Likert

Gaya Hidup (X₂)	Merupakan cara hidup yang di identifikasikan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka	1. Aktifitas 2. Minat 3. Opini	Skala Likert
Tingkat Konsumsi (Y)	Merupakan semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.	(kikir) 2. Wajar (sederhana). 3. Israf	Skala Likert

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Pada pengujian validitas ini dilakukan dalam penelitian bertujuan untuk melihat kesahihan, ketepatan sebuah ide sejauh mana kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Cara pengujian validitas ini adalah dengan korelasi item total.

Adapun kriteria atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:¹³⁸

- Tolak H_0 jika probabilitas yang dihitung $<$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (Sig. 2-tailed $< \alpha_{0.05}$).
- Terima H_0 jika probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (Sig. 2-tailed $> \alpha_{0.05}$).

3.7.2 Uji Reliabilitas

¹³⁸ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 141-145.

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kestabilan, dan konsistensi. Jadi tujuan pengujian reliabilitas ini dalam penelitian adalah untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.¹³⁹

Adapun kriteria pengujian tersebut reliabel atau tidak reliabel:¹⁴⁰

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) > 0.6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) < 0.6 maka instrumen tidak reliabilitas dan tidak terpercaya.

3.8 Model Analisa Data

3.8.1 Model Analisa Deskriptif Statistik Kuantitatif

Metode analisis deskriptif statistik kuantitatif merupakan metode yang dilakukan dengan pengumpulan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

3.10.2 Model Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat.¹⁴¹

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Tingkat konsumsi

¹³⁹ *Ibid.*, h. 146.

¹⁴⁰ *Ibid.*, h. 147.

¹⁴¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 81-110.

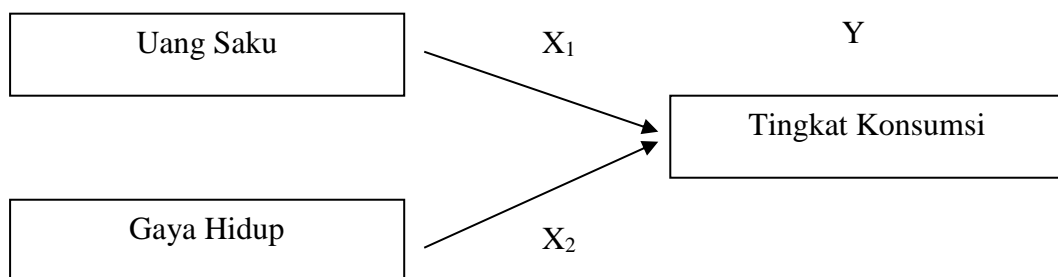
α = Konstanta

b = Koefisien korelasi ganda

x_1 = Uang Saku

x_2 = Gaya hidup

e = *Standard Error*



3.9 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi, maka diperlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:¹⁴²

¹⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 147.

1. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
2. Dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.9.2 Uji Lineritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.¹⁴³

3.9.3 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan VIF > 10. Jika

¹⁴³ *Ibid.*, h. 98.

nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).¹⁴⁴

3.9.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah:¹⁴⁵

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.5 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menjelaskan bahwa persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Salah satu

¹⁴⁴ *Ibid.*, h. 95.

¹⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 125-126.

ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:¹⁴⁶

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif, jika DW di atas +2 atau $DW > +2$.

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relatif mendekati suatu kebenaran yang diharapkan. Dengan demikian, orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, samapai sejauh mana hipotesis penelitian diterima atau ditolak.¹⁴⁷

3.10.1 Uji t

Uji signifikansi parsial atau individual adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.¹⁴⁸

3.10.2 Uji F

Uji ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu X_1, X_2, \dots, X_n , untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau

¹⁴⁶ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Bandung: PT.Rafika, 2016), h. 97.

¹⁴⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 82.

¹⁴⁸ Suharyanto dan Purwanto SK, *Statistik untuk Ekonomi dan Keungan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 508.

keragaman variabel tidak bebas Y. Uji global juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.¹⁴⁹

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi(R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Tingkat Konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah).¹⁵⁰

¹⁴⁹ *Ibid.*, h. 523.

¹⁵⁰ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 240.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum IAIN Langsa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah perguruan tinggi terbaik di Kota Langsa. Institut Agama Islam Negeri Langsa dalam perjalannya telah memiliki nilai-nilai budaya tersendiri dalam hati masyarakat Aceh Timur dan sekitarnya, karena keberadaannya telah mewarnai corak pemikiran dan adat istiadat masyarakat Aceh Timur, Kota Langsa dan Aceh Tamiang, di samping itu posisi yang strategis ini terletak di wilayah tiga pemerintah kabupaten/kota yang merupakan sebagai pusat perkembangan ilmu pengetahuan.¹⁵¹

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah peralihan dan peningkatan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Peralihan ini sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 146 Tahun 2014 yang ditandatangani langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Zawiyah Cot Kala sendiri didirikan pada tahun 1980 merupakan hasil keputusan Seminar Sejarah Islam di Rantau Pertamina Kuala Simpang, bahkan nama tersebut diambil dari sebuah nama lembaga pendidikan tinggi terbesar di Asia Tenggara yang tertua di Bayeun sekitar abad ke-4 H.¹⁵²

¹⁵¹<http://iainlangsa.ac.id> di akses pada tanggal 27 April 2018.

¹⁵² *Ibid.*, ...

Awalnya IAIN Langsa ini didirikan dalam bentuk Lembaga Institut Agama Islam (IAI) Zawiyah Cot Kala Langsa yang meliputi tiga Fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Pembukaan kuliah pertama sekali pada tanggal 14 Oktober 1980 hanya diresmikan 2 (dua) Fakultas, Fakultas Tarbiyah yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam dan Fakultas Dakwah yaitu Jurusan Penerangan Agama sampai tingkat sarjana muda. Pada tahun 1981 dibentuk Yayasan dengan Akte Notaris No. 7 tanggal 21 Juli 1981 dan pada tahun 1982 dalam kunjungannya Menteri Agama Republik Indonesia ke Langsa (H.Alamsyah Ratu Perwiranegara) dalam rangka peresmian Departemen Agama Propinsi Daerah Istimewa Aceh oleh pengurus Yayasan menyampaikan Surat Pemohonan Terdaftar IAI Zawiyah Cot Kala Langsa, maka pada tahun 1983 keluarlah SK Dirjen Lembaga Islam Departemen Agama RI untuk terdaftarnya dengan SK Nomor: Kep/E/III/PP.00.2/1303/83 tanggal 16 April 1983, dan kemudian pada tahun 1988 dengan keputusan Menteri Agama RI, maka IAI Zawiyah Cot Kala Langsa terdaftar s/d jenjang S-1 dengan SK Menteri Agama RI Nomor : 219 Tahun 1988 tanggal 1 Desember 1988, kemudian sejak tahun 1997 berubah bentuk menjadi STAI (Sekolah Tinggi Agama Islam).¹⁵³

Seiring dengan berjalannya waktu dalam proses kegiatan akademik dari tahun ke tahun semakin meningkat dan berkembang, baik dilihat dari segi prestasi mahasiswa, tenaga pengajar, jumlah mahasiswa maupun peran aktif dan keberhasilan dalam bidang-bidang lainnya, maka sejak tahun 2000 lembaga ini mendapat peningkatan status menjadi Status Diakui berdasarkan Keputusan

¹⁵³ Buku Panduan Akademik IAIN Langsa, h. 1.

Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama Republik Indonesia Nomor: E/36/2000 tanggal 20 Maret 2000, yang memiliki dua jurusan yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI)/Tarbiyah dan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)/Dakwah. Kemudian sejak tahun 2001, STAI Zawiyah Cot Kala Langsa berupaya mengembangkan lembaga dengan membuka Program Diploma Dua (D-II) Jurusan Guru Pendidikan Agama Islam (GPAI) dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI).¹⁵⁴

Oleh karena itu peningkatan status Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) akan menempatkan posisi dan fungsinya sebagai pusat kajian Islam di tingkat lokal, yang secara berantai akan mempengaruhi di tingkat regional dan nasional. Disamping itu pengembangan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) ini akan memacu tumbuh kembali kekuatan persatuan umat Islam di Nusantara.

Perkembangan yang lebih menggembirakan yaitu Pada akhir tahun 2006 keluarlah Perpres Nomor 106 Tahun 2006 Tanggal 28 Desember 2006 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Dr. Susilo Bambang Yudhoyono. Penegerian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa di samping akan berdampak positif bagi perkembangan ilmu-ilmu keislaman juga akan mendorong solidaritas nasional dan memperkokoh integritas bangsa, karena adanya lembaga pendidikan Islam yang secara loyal mendedikasikan dirinya untuk kepentingan bangsa dan agama, selain itu penegerian

¹⁵⁴ *Ibid.*, h. 2.

ini juga akan melahirkan kebanggaan dikalangan umat Islam Aceh, hal mana sangat positif bagi langkah-langkah penyelesaian konflik secara damai.¹⁵⁵

Perubahan status dari STAIN ke IAIN merupakan bentuk responsif kebutuhan pendidikan masyarakat di bidang pendidikan agama. Juga mempercepat peningkatan sumber daya manusia yang bernuansa Islami, serta memperluas akses pendidikan tinggi Islam yang memiliki standar. Selain itu, dengan status IAIN tersebut, juga akan lebih meningkatkan pembangunan keagamaan bagi masyarakat Aceh, khususnya Kota Langsa. Serta meningkatkan kualitas penerapan syariat Islam di berbagai aspek kehidupan sesuai dengan kualitas intelektual SDM yang ada.

Ada beberapa program studi di IAIN Langsa salah satunya adalah Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Prodi Perbankan Syariah adalah prodi yang paling banyak di minati oleh mahasiswa diantara program studi lainnya yang ada di IAIN Langsa. Hal ini terlihat dari jumlah penerimaan mahasiswa yang dari tahun ke tahun semakin meningkat dengan memilih jurusan Perbankan Syariah.

Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu program studi yang telah ada di IAIN Langsa. Keberlanjutan prodi Perbankan Syariah (PBS) guna memenuhi tuntutan kebutuhan tenaga pengajar Perbankan Syariah baik di daerah maupun nasional yang masih dianggap kurang. Prodi Perbankan Syariah (PBS) adalah satu-satunya program studi pada perguruan tinggi yang ada di 3 (tiga) kabupaten/kota yang menjadi lingkup utama

¹⁵⁵ *Ibid.*, h. 2.

sumber input mahasiswa IAIN Langsa. Dengan demikian, dapat dipastikan tidak akan terjadi persaingan yang tidak sehat antar perguruan tinggi di kota Langsa mengenai keberadaan prodi PBS yang telah ada di IAIN Langsa.¹⁵⁶

Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai Program Studi yang paling diminati oleh mahasiswa di lingkungan IAIN Langsa hingga saat ini terus berkembang baik dari jumlah dosen, sarana dan prasarana, sehingga dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa yang diterima terus ditingkatkan jumlahnya. Meskipun jumlah mahasiswa yang diterima di Program Studi Perbankan Syariah ini selalu berbanding jauh antara jumlah calon mahasiswa yang mendaftar dengan jumlah mahasiswa yang diterima.¹⁵⁷

Bila dirunut dari 3 tahun terakhir, mulai dari tahun 2013/2014 mahasiswa diterima hanya 154 orang, kemudian pada tahun 2014/2015 terjadi peningkatan yang jumlah mahasiswa yang memenuhi syarat dan diterima yaitu berjumlah 161 orang, selanjutnya Pada Tahun Akademik 2015/2016 Mahasiswa baru yang diterima di Program Studi Perbankan Syariah meningkat sangat signifikan karena fasilitas yang tersedia sudah memadai karena perkuliahan diselenggarakan di gedung baru dengan jumlah ruang yang bertambah sehingga jumlah mahasiswa yang diterima di Prodi Perbankan Syariah yaitu 189 orang untuk 5 unit.¹⁵⁸

¹⁵⁶ <http://febi.iainlangsa.ac.id> di akses pada tanggal 27 April 2018.

¹⁵⁷ *Ibid.*, ...

¹⁵⁸ *Ibid.*, ...

4.1.2 Visi dan Misi FEBI IAIN Langsa

Adapun yang menjadi visi dan misi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah sebagai berikut:¹⁵⁹

1. Visi

Menjadi pusat keunggulan dalam pengembangan dan pengkajian ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang berkarakter rahmatan li' alamin di tahun 2031.

2. Misi

- a. Menghasilkan lulusan yang unggul, mandiri, tekun, kreatif dan inovatif, berjiwa wirausaha dan memiliki integritas dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu Ekonomi yang berwawasan keIslaman, serta mampu menjadi warga dunia yang bertanggungjawab.
- b. Meningkatkan perluasan dan pemerataan akses, mutu pembelajaran, mutu penelitian, serta mutu pelayanan pendidikan ilmu Ekonomi dan bisnis Islam di dalam dan luar lingkungan IAIN Langsa, didukung oleh sistem tata kelola kelembagaan yang akuntabel dan transparan.
- c. Menjalin kerjasama nasional dalam pengkajian dan penerapan ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam beorientasi pada potensi kultur Aceh untuk rahmatan lil' alamin.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini adalah mahasiswi jurusan perbankan syariah yang. Dengan karakteristik usia, angkatan, dan tempat tinggal. Penelitian ini dilakukan

¹⁵⁹ *Ibid.,...*

di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Berdasarkan karakteristik sebagai berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase%
1	18	15	17%
2	19	16	19%
3	20	23	27%
4	21	19	22%
5	22	8	9%
6	23	3	4%
7	24	2	2%
	Total	86	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.1 menunjukkan usia mahasiswi perbankan syariah yang bervariasi dari usia 18-24 tahun, usia responden lebih banyak adalah usia 20 tahun dengan jumlah persentase 27%, kemudian usia 21 tahun dengan jumlah persentase 22%, usia 19 tahun dengan persentase 19%, usia 18 tahun dengan persentase 17%, usia 22 tahun dengan persentase 8%, usia 23 tahun dengan persentase 4%, dan yang paling sedikit berusia 24 tahun dengan jumlah persentase 2%.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah Responden	Persentase%
1	2013	5	6%
2	2014	8	9%
3	2015	31	36%
4	2016	14	16%
5	2017	28	33%
	Total	86	100

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa terdapat 31 responden (mahasiswi Perbankan Syariah) adalah angkatan 2015 dengan persentase 36%, 28 responden

adalah angkatan 2017 dengan persentase 33%, 14 responden adalah 2016 dengan persentase 16%, 8 responden adalah angkatan 2014, dan 5 responden adalah angkatan 2013 dengan persentase 6%.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Tempat Tinggal	Jumlah responden	Persentase%
1	Kos	37	43%
2	Tidak Kos	49	57%
	Total	86	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 37 responden adalah bertempat tinggal di kos, dan sisanya sebanyak 49 responden adalah tidak kos.

Tabel 4.4
Karakteristik Uang Saku Mahasiswa Bagi Yang Kost

No	Rata-Rata Uang Saku	Jumlah responden	Persentase%
1	Rp. 300.000,-	3	8%
2	Rp. 500.000,-	25	68%
3	Rp. 400.000,-	9	24%
	Total	37	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa terdapat 3 responden (mahasiswa Perbankan Syariah) bagi yang kost dengan uang saku Rp. 300.000; 25 mahasiswa dengan uang saku Rp. 500.000; dan 9 mahasiswa dengan uang saku Rp. 400.000.

Tabel 4.5
Karakteristik Uang Saku Mahasiswa Bagi Yang Tidak Kost

No	Rata-Rata Uang Saku	Jumlah responden	Persentase%
----	---------------------	------------------	-------------

1	Rp. 150.000,-	10	20%
2	Rp. 200.000,-	5	10%
3	Rp. 250.000,-	11	23%
4	Rp. 450.000,-	23	47%
	Total	49	100%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa terdapat 10 responden (mahasiswa Perbankan Syariah) bagi yang tidak kost dengan uang saku Rp. 1500.000; 5 mahasiswa dengan uang saku Rp. 200.000; 11 mahasiswa dengan uang saku Rp. 250.000; dan 23 mahasiswa dengan uang saku Rp. 450.000

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 20,00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N = 86$ didapatkan r tabel = 0,213. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Uang Saku (X_1)			

X1.1	0,695	0,213	Valid
X1.2	0,714	0,213	Valid
X1.3	0,780	0,213	Valid
X1.4	0,678	0,213	Valid
X1.5	0,645	0,213	Valid
X1.6	0,558	0,213	Valid
Gaya Hidup (X₂)			
X2.1	0,568	0,213	Valid
X2.2	0,480	0,213	Valid
X2.3	0,747	0,213	Valid
X2.4	0,768	0,213	Valid
X2.5	0,660	0,213	Valid
X2.6	0,580	0,213	Valid

Tingkat Konsumsi (Y)			
Y1.1	0,767	0,213	Valid
Y1.2	0,656	0,213	Valid
Y1.3	0,648	0,213	Valid
Y1.4	0,670	0,213	Valid
Y1.5	0,585	0,213	Valid
Y1.6	0,653	0,213	Valid

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

Pada tabel 4.6 dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel (r tabel = 0,213). Dengan probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen baik dari pertanyaan dan pernyataan variabel uang saku, gaya hidup dan tingkat konsumsi dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian. Artinya semua pertanyaan dan

pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel uang saku, gaya hidup, dan tingkat konsumsi.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai alat untuk mengukur suatu instrumen dari pernyataan terhadap jawaban responden. Jika pengukuran hasil jawaban responden konsisten dan terpercaya maka dapat dikatakan reliabel. Dengan nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) $> 0,6$ (Standar Alpha).¹⁶⁰

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha Standar	Keterangan
Uang Saku (X_1)	0,705	0,6	Reliabel
Gaya Hidup (X_2)	0,674	0,6	Reliabel
Tingkat Konsumsi (Y)	0,764	0,6	Reliabel

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha) pada variabel Uang Saku (X_1) $0,705 > 0,6$ nilai (Standar Alpha), Gaya Hidup $0,674 (X_2) > 0,6$ nilai (Standar Alpha), dan Tingkat Konsumsi $0,764 (Y) > 0,6$ nilai (Standar Alpha). Maka kesimpulannya adalah semua instrumen variabel yang diuji tersebut reliabel atau terpercaya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

¹⁶⁰ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Medan: Perdana Mulya Saran, 2013), h. 141-145.

4.4.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen (tingkat konsumsi mahasiswi) dan dependen (uang saku, dan gaya hidup) memiliki distribusi yang normal, dengan cara melihat grafik normal P-P Plot untuk mendeteksi normalitas data.¹⁶¹

Selain itu juga pengujian pada uji normalitas dapat dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Dengan pengambilan keputusannya adalah:

a) Jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka Ho ditolak

b) Jika nilai signifikansi $> \alpha$ maka Ho diterima

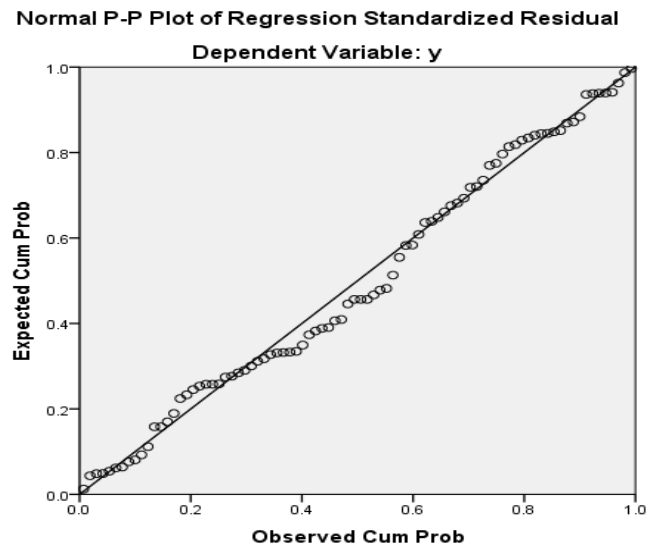
“Jika

signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$, maka Ho ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$, maka Ho diterima, jadi data residual berdistribusi normal.”¹⁶²

Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot

¹⁶¹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), h.214.

¹⁶² *Ibid*, hal. 147.



Sumber : Data primer di olah, 2018

Pada Gambar 4.1. Grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹⁶³

Tabel 4.8
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		x1	x2	Y
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28.7907	32.5000	22.6744
	Std. Deviation	4.54809	4.52119	3.10764
Most Extreme Differences	Absolute	.071	.091	.114
	Positive	.049	.081	.100
	Negative	-.071	-.091	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		.654	.840	1.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.786	.481	.218

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

¹⁶³Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 169

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

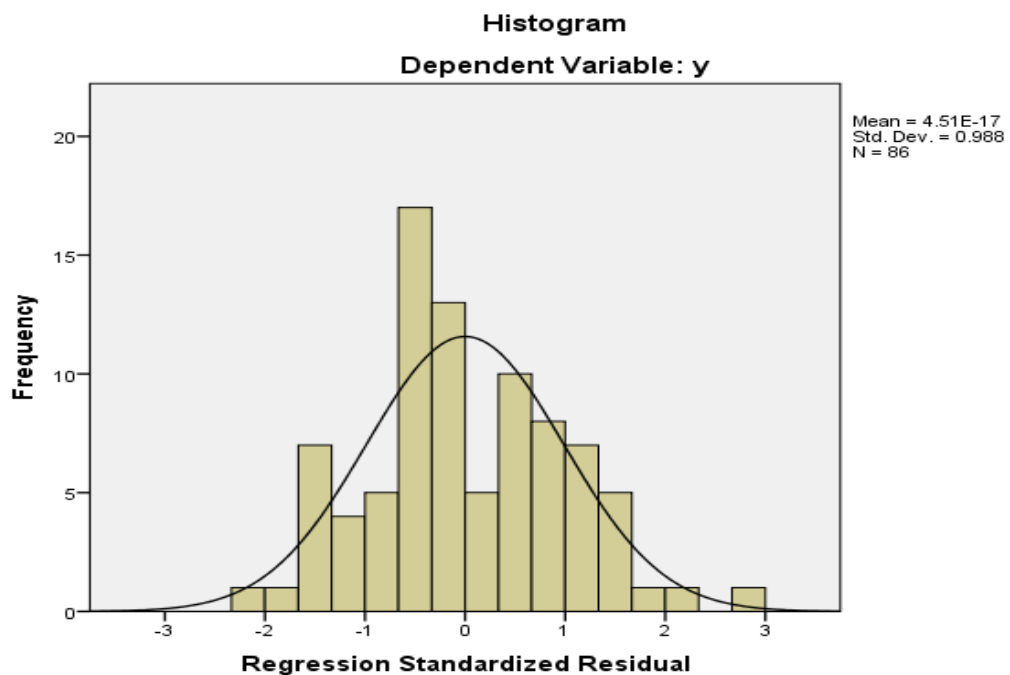
Adapun hasil dari pengujian dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah:

$X_1 = 0,654 > 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.

$X_2 = 0,840 > 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.

$Y = 1,053 > 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Histogram



Sumber: Data yang di olah pada SPSS 20, 2018

Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot, dapat di simpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

4.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan dari uji linearitas (mengggunakan bantuan SPSS) dengan nilai α yang digunakan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* > α (0,05) maka nilai tersebut linear.¹⁶⁴

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	(Combined)	507.241	19	26.697	5.618	.000
	Between Linearity	423.727	1	423.727	89.165	.000
	Groups Deviation from Linearity	83.515	18	4.640	.976	.496
	Within Groups	313.642	66	4.752		
	Total	820.884	85			

ANOVA						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

¹⁶⁴ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung: Graha Ilmu, 2004), h. 80.

	(Combined)	528.647	18	29.369	6.733	.000
y * x2	Between Groups	437.631	1	437.631	100.334	.000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	91.016	17	5.354	1.227	.269
	Within Groups	292.237	67	4.362		
	Total	820.884	85			

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, nilai signifikansi *deviation from linearity* dari hubungan variabel X_1 (0,496) dan X_2 (0,269) terhadap $Y > 0,05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linear.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear atau tidak. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. “Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan *VIF* > 10 . Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).”¹⁶⁵ Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

¹⁶⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 95.

Variabel independen	Tolerance	VIF
Uang Saku (X_1)	0,470	2,130
Gaya Hidup (X_2)	0,470	2,130

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

Hasil uji multikolinearitas (uji VIF) Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Uang Saku (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) yaitu 0,470 lebih dari 0,1, Sementara itu nilai VIF variabel Uang Saku (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) yaitu 2,130 lebih kecil dari 10. Yang berarti bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

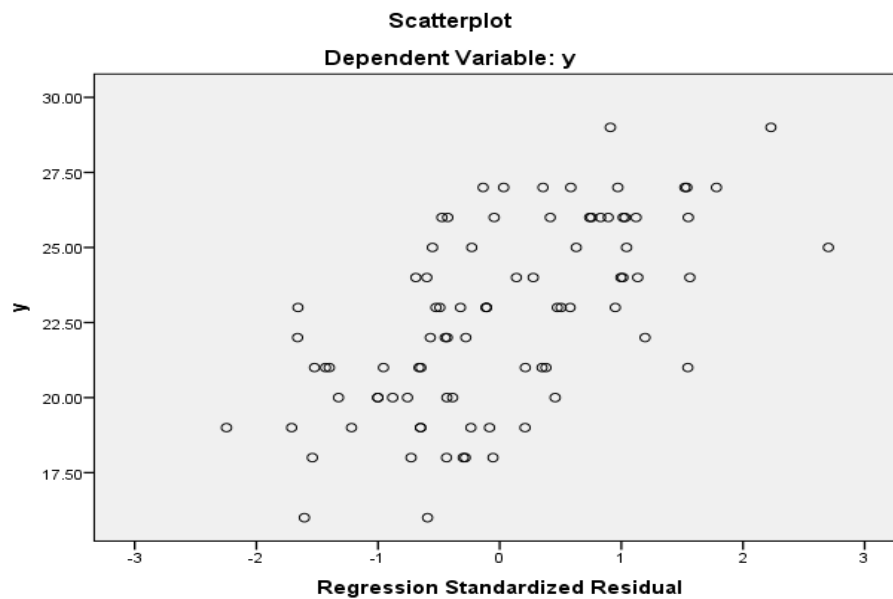
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah:¹⁶⁶

c. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

¹⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 125-126.

- d. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

Berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik pada Grafik Plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak di pakai untuk menganalisis pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi.

4.4.5 Uji Autokorelasi

Pemeriksaan autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson, dimana jika nilai DW diantara -2 sampai 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.779 ^a	.607	.598	1.97067	.607	64.188	2	83	.000	1.540

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2018

Dari hasil tabel 4.11 diperoleh nilai DW sebesar 1.540, karena nilai ini berada diantara -2 dan 2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.¹⁶⁷

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.011	1.588		3.155	.002
	x1	.272	.069	.398	3.961	.000
	x2	.303	.069	.441	4.389	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2018

¹⁶⁷ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h. 6-7

Berdasarkan pada Tabel 4.12 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 5.011 + 0.272 (X_1) + 0.303 (X_2)$$

1. Nilai signifikan untuk uang saku sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi, dengan demikian hipotesis diterima.
2. Nilai signifikan untuk gaya hidup sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi, dengan demikian hipotesis diterima.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen (uang saku dan gaya hidup) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (tingkat konsumsi mahasiswa perbankan syariah) yang berarti berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).¹⁶⁸

Tabel 4.13
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.011	1.588		3.155	.002
x1	.272	.069	.398	3.961	.000
x2	.303	.069	.441	4.389	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2018

¹⁶⁸ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 238.

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pengaruh uang saku terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

H₁ : Uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa uang saku memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.961 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0,000 < 0,05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti berpengaruh signifikan dan menerima H₁, maka variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

- b. Pengaruh gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

H₂ : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa gaya hidup memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.389 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0,000 < 0,05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti berpengaruh signifikan dan menerima H₂, maka variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah.

4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (uang saku dan gaya hidup) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (tingkat konsumsi mahasiswi perbankan

syariah).¹⁶⁹ Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).¹⁷⁰

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	498.550	2	249.275	64.188	.000 ^b
	Residual	322.334	83	3.884		
	Total	820.884	85			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2018

Hasil uji F pada perhitungan yang menggunakan SPSS 20,0 diperoleh F hitung = 64,188 dengan nilai p value = 0.000 (a) $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan keseluruhan uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa perbankan syariah secara signifikan.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Tingkat Konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah).¹⁷¹ Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²*

¹⁶⁹*Ibid.*, h. 239

¹⁷⁰Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 175.

¹⁷¹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 240.

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.598	1.97067

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Data yang di olah pada SPSS 20, 2018

Pada Tabel 4.15 menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,598 yang berarti bahwa 59,8% variasi nilai tingkat konsumsi mahasiswa perbankan syariah yang ditentukan oleh dua variabel yang berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa perbankan syariah yaitu uang saku dan gaya hidup. Sedangkan sisanya (100% - 59,8% = 40,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan tersebut di atas.

4.7 Pembahasan

Setelah peneliti memperoleh data-data dari hasil observasi, dokumentasi, kuesioner, dan data-data kepustakaan baik yang diperoleh secara langsung dari jurnal-jurnal, literatur, dokumen, skripsi, tesis dan buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa”. Maka sebagai langkah selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh uang saku terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel uang saku berpengaruh secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Besaran pengaruh langsung uang saku terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah adalah sebesar 0,272. Nilai signifikan untuk uang saku sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Sehingga semakin tinggi pemberian uang saku dari orangtua kepada mahasiswi maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula tingkat konsumsi mahasiswi tersebut.

Uang saku merupakan pendapatan seorang mahasiswi yang diterima dari orangtua maupun keluarganya. Selain itu juga ada sebagian mahasiswi yang memiliki pekerjaan sampingan, sehingga mereka mendapatkan uang saku lebih dari hasil pekerjaan tersebut. Seperti menjadi guru les privat, bisnis online dan kegiatan lainnya yang dapat menambah pendapatan untuk kebutuhan sehari-hari ketika di bangku kuliah. Banyak sedikitnya konsumsi mahasiswi tersebut dapat dipengaruhi oleh uang saku yang mereka terima dan bagaimana cara mereka untuk bisa mengelolanya dengan semaksimal mungkin.

Uang saku idealnya bagi seorang mahasiswi jika dilihat dari aspek kebutuhannya bagi yang tidak kost maka berkisar dari Rp. 200.000 – Rp. 300.000. Uang tersebut dapat digunakan untuk keperluan saat kuliah seperti, membeli buku referensi, sebagai uang transportasi dan bahan *fotocopy* lainnya. Sehingga

pemberian uang saku kepada mahasiswi diberikan sesuai kebutuhannya sehingga dapat menyeimbangkannya dan tidak menyebabkan sifat boros. Kemudian idealnya uang saku untuk mahasiswi jika dilihat dari aspek tempat tinggalnya (*kost*) yaitu berkisar antara Rp. 400.000 – Rp. 600.000. Pemberian uang saku tersebut hendaknya dapat dialokasikan untuk keperluan kuliah, fotocopy, makan sehari-hari, serta biaya transportasi. Uang saku tersebut dapat digunakan sesuai kebutuhan. Dengan adanya pemberian uang saku yang ideal kepada mahasiswi maka mereka juga akan belajar cara mengalokasikan uang tersebut agar bersikap hemat dan mempergunakannya sesuai kebutuhan dan keperluan seadanya tanpa berlebihan. Dengan demikian dapat menghindari dari sikap *israf* atau bermewah-mewahan.

Banyak para mahasiswi memanfaatkan uang saku yang diberikan oleh orangtuanya untuk membeli barang-barang yang kurang bermanfaat. Sehingga para mahasiswi yang tak jarang menggunakan uang sakunya tidak hanya untuk kebutuhan keperluan kuliah namun kebanyakan digunakan hanyalah untuk keinginan sesaat. Dimana mereka lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhannya. Mahasiswi pun sering kali mengambil keputusan karena ikut-ikutan, baik dari seorang teman dekatnya, maupun lingkungan disekitarnya. Hal ini dilihat dari berbagai pengamatan dan fenomena yang sedang berkembang.

Namun dalam artian tersebut tidak berarti seseorang dapat mengkonsumsi segala barang yang dikehendaki, tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengkonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan aspek-aspek yang lainnya. Karenanya dalam konsumsi Islam, prinsip dasar yang harus dijadikan

interest, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.

Maka sudah sepatutnya seorang mahasiswi untuk lebih memprioritaskan pendapatannya (uang saku) yang telah diberikan oleh orangtuanya untuk dipergunakan dalam hal-hal yang bermanfaat seperti membeli buku-buku sebagai bahan referensi saat kuliah, *fotocopy*, maupun keperluan lainnya agar tidak menjadi seorang *mubzir*. Tindakan-tindakan yang merugikan, seperti pemborosan dilarang oleh Allah SWT, Allah menganjurkan hidup dalam keseimbangan yaitu tidak bersikap boros dan tidak pula kikir.

Dari uang saku itulah para mahasiswi gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk selanjutnya mereka alokasikan untuk pengeluaran konsumsi.¹⁷² Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian M. Affandi (2015)¹⁷³ tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi internet mahasiswa Universitas Hasanuddin Kota Makassar dengan variabel bebas uang saku, beasiswa, dan jenis kelamin. Bahwa dari hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan antara uang saku dan tingkat konsumsi.

2. Pengaruh gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel gaya hidup secara langsung berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Besaran

¹⁷² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), h. 1513.

¹⁷³ M. Affandi, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Internet Mahasiswa Universitas Hasanuddin Kota Makassar*", (Skripsi, Makassar, 2015).

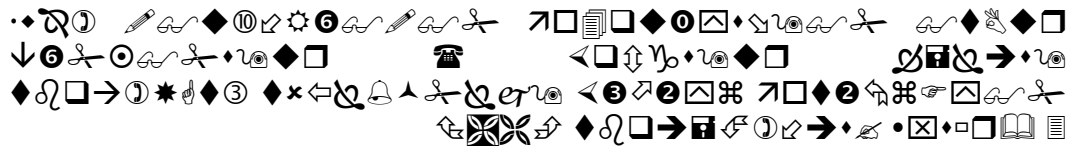
pengaruh langsung gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah adalah sebesar 0,303. Nilai signifikan untuk gaya hidup sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Sehingga semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka tingkat konsumsi juga akan meningkat.

Berdasarkan pengamatan mahasiswi PS PBS lebih tinggi melakukan konsumsi pada pembelian yang berdasarkan keinginan dalam mengikuti gaya hidup daripada membeli kebutuhannya. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup yang dimiliki mahasiswi semakin tinggi dalam mengkonsumsi barang-barang mewah, misalnya memakai pakaian bermerk, aksesoris dan barang-barang lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh pandangan hidup bahwa orang menjadi bahagia dengan mencari kesenangan dari mengkonsumsi barang-barang mewah. Perilaku konsumsi seorang mahasiswi berubah mulai dari mereka berpakaian, berdandan, bersosialisasi, membeli tas, sepatu, aksesoris dan berbagai kegiatan lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat kehidupan yang dianggap *modern*, gaul, keren oleh mahasiswi tersebut.

Seorang mahasiswi masih harus berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist dalam melakukan konsumsi. Padahal dalam Al-Qur'an telah diatur batasan konsumsi yaitu pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan meskipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Tujuan konsumsi Islam adalah untuk mewujudkan masalah duniawi dan ukhrawi.

Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup

Islami dalam menjalani hidup dan kehidupan-nya. Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am ayat 32:



Artinya: “Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka, dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertaqwa. Maka Tidakkah kamu memahaminya?”

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa setiap muslim tidak semestinya terkecoh oleh kesenangan-kesenangan dunia yang hanya sementara mengikuti kaum musyrikin. Setiap hari dunia menunjukkan permainan dan senda gurau untuk memberikan kesenangan yang hanya sementara kepada manusia sehingga lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Seorang muslim dalam melakukan kegiatan termasuk konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, tuntutan Rasulullah SAW tidak memikirkan kesenangan semata.

Gaya hidup yang berlebihan akan memberikan dampak yang tidak baik bagi mahasiswi karena akan lebih mementingkan faktor keinginannya daripada faktor kebutuhannya. Mereka membeli barang-barang yang yang sebenarnya kurang bermanfaat atau kurang diperlukan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Hal ini terjadi karena di dorong oleh hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang tersebut tanpa terlebih dahulu memperhatikan akan kebutuhannya. Selain itu banyaknya mahasiswi yang melakukan konsumsi tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Hal tersebut dapat memperbesar pula pengeluaran seorang mahasiswi. Sehingga gaya hidup dapat mempengaruhi tingkat konsumsi mahasiswi.

Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah, dan tidak boros dalam pengeluaran. Nabi SAW memperingatkan bahwa hidup bermewah-mewah meskipun dengan barang-barang yang sifatnya mubah, dapat berpotensi menyeret manusia kepada pemborosan. Ini juga dapat menunjukkan manusia tersebut tidak memberikan apresiasi yang seharusnya terhadap harta yang merupakan nikmat Allah, sehingga termasuk dalam perilaku menyia-nyiakan harta. Dan sebaik-baik urusan adalah yang tengah-tengah, tidak berlebihan ataupun tidak kikir.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hasnira (2017)¹⁷⁴ tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat wahdah Islamiyah Makassar. Bahwa dari hasil penelitian tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi.

3. Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa uang saku dan gaya hidup berpengaruh secara langsung terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa uang saku dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh positif dan

¹⁷⁴ Hasnira, "Pengaruh Pendapatan dan Gaya hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar" (Sripsi, Makassar, 2017).

signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selain itu dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,598 (59,8%), yang menunjukkan bahwa kontribusi uang saku dan gaya hidup menjelaskan variasi nilai variabel tingkat konsumsi mahasiswi sebesar 59,8% sedangkan sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya jenis kelamin, gaji, pekerjaan, pendidikan, dan faktor lainnya.

Konsumsi dalam Islam tidak semata-mata bersifat kebendaan yang didasarkan pada rasionalisme tetapi juga kerohanian. Rasionalisme dalam Islam tidak hanya didasarkan pada dorongan akal, tetapi juga pada nilai-nilai Keilahian yang akan memudahkan seseorang untuk mencari dan mendapatkan kebenaran tentang konsumsi yang harus dilakukan. Ciri ini dinyatakan dalam Al-Qur'an dengan mengarahkan manusia untuk berfikir dan menggunakan akal sehat dalam melakukan sesuatu yang dilarang dalam membuat keputusan dibawah kondisi paksaan, prasangka, nafsu, dan ikut ikutan.

Dengan demikian sudah semestinya mahasiswi untuk selalu menyelaraskan pendapatan (uang saku) yang diterima oleh orangtuanya untuk dipergunakan sesuai kebutuhannya. Begitu pula gaya hidup seorang mahasiswi janganlah hanya mengikuti atau hanya ikut-ikutan teman dalam hal bergaya untuk mencapai kesenangan sesaat, tetapi haruslah mengarah dan berpedoman pada ajaran Islam Al-Qur'an dan Hadist agar tidak terjadinya siap pemborosan dan berlebih-lebihan atau perilaku *israf*. Selain itu, Islam juga menganjurkan hidup sederhana dan menjauhi gaya hidup yang mewah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa uang saku secara langsung berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 3.961 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,000 < 0,05$ berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah. Sehingga semakin tinggi pemberian uang saku dari orangtua kepada mahasiswa maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula tingkat konsumsi mahasiswa tersebut.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa gaya hidup secara langsung berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 4.389 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,000 < 0,05$ berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat konsumsinya.
3. Hasil pengujian ketiga menyatakan bahwa uang saku dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan

Syariah. Dari hasil uji F (uji simultan) didapatkan hasil F_{hitung} sebesar 64.188 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uang saku dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah.

4. Selain itu dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi *adjusted* R^2 sebesar 0,598 (59,8%), yang menunjukkan bahwa kontribusi uang saku dan gaya hidup menjelaskan variasi nilai variabel tingkat konsumsi mahasiswi sebesar 59,8% sedangkan sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya jenis kelamin, gaji, pekerjaan, pendidikan, dan faktor lainnya.

5.2 Saran

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan dalam mengembangkan studi kepustakaan bahan referensi terutama bagi mahasiswi Program Studi (Prodi) Perbankan Syariah IAIN Langsa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berminat melakukan penelitian di bidang yang sama pada masa yang akan datang.
- b. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik.

- c. Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.
- d. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang disinyalir dapat mempengaruhi tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah. Dengan demikian, hasil yang didapat akan memperkuat penelitian yang ada.

3. Kepada Pembaca

Hasil penelitian ini hendaknya menambah wawasan bagi pembaca terutama pentingnya pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah agar dapat selalu meminimalisir terlebih dahulu suatu kebutuhan daripada keinginannya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Abduh, Muhammad. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Al-Ghaffar, Abdur Rasul Abdul Hasan. *Wanita Islam dan Gaya Hidup Modern*. Bandung: Pustaka Hidayah, 2000.
- Al Mubarakfury, Syaikh Shafiyurrahman. *Al Misbah Al Munir fi Tahdzih Tafsir Ibnu Katsir I*. PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012.
- Amiruddin. *Ekonomi Mikro : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Alauddin University Press, 2013.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam, Cet. Ke-1*. Jakarta: Gema Insani, Press.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Basyir, Himah, et. al. *Tafsir Al-Muyassar*, Solo: An-Naba', Jl. Kahar Muzakir I, 2011.
- BPS dalam *Jurnal Mengenai Pendapatan*, di akses pada tanggal 24 Maret 2018.
- Buku Panduan Akademik IAIN Langsa.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Chapra, Umar. *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*. Surabaya, Risalah Gusti: 2003.
- C Mowen, Jhon, dan Michael Minor. *Perilaku Konsumsi Edisi 5*, Jilid VI. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Djazuli A dan Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Edwin, Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Fardani, Dani. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Bandung: Angkasa, 2004.

- Fuad, Zaki Chalil. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Hardani, Wibi. *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Juliandi, Azuar, et. al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Juliandi, Azuar, et. al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Perdana Mulya Saran, 2013.
- Kadariah, *Analisis Pendapatan Nasional*. Jakarta: Bina Aksara, 2002.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Prentice Hall, 2003.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Machaisin. *Islam Teologi Aplikatif*. Yogyakarta: Pustaka Alief, 2003.
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Muana, Nanga. *Makro Ekonomi, Masalah dan Kebijakan*, Edisi Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2008.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung. *Teori Ekonomi Makro, Edisi 4*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam, jilid II, Cet. Ke-2*. Yogyakarta: PT Dharma Bhakti Prima Yasa, 2002.
- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Rianto, M. Nur dan Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Ridwan, et. al. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro Islam*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2013.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.
- Septiana, Aldila. *Modul Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bangkalan: UTM Press, 2015.
- Soekartawi. *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Sugiarto, et. al. *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi, Cet. Ke-19*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharyanto, et. al. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Sukirno, Sadono. *Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Balai Penerbit LPFE, Universitas Gadjah Mada, 2001.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Bandung: PT. Rafika, 2016.
- Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Surahmat. *Gaya Hidup Islami dan Gaya Hidup Jahili, dalam Khutbah Jum'at*. 13 Oktober 2017.

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- Modernisme*. Jakarta: Kencana, 2013.

Hendri Tanjung dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Tim Dosen Ekonometrika. et. al. *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*. Malang: Universitas Brawijaya, 2015.

2. Jurnal

Ayu, Dian Puspita Ardy. “Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No. 1 Januari, 2013.

Danil, Mahyu. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireun”. *Journal Ekonomika Universitas Al-Muslim Bireun Aceh*, Vol. IV No.7-9

Debora, Flinsia Wurangian et. al. *Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost di Kota Manado*.

Deriyansyah, Dauzan Praja. et. al. “Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa”, dalam *Jurnal Sociologie*, Vol. 1 No. 3.

Doli, Haroni Ritonga. “Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam”. dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3, 3 Juli 2010.

Dwi, Suci Pangestu, et. al. “Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 1 Maret 2016.

Fiqriyah, Rizky et. al. “Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang” dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9 No. 1, 2016.

Hendariningrum, Retno. “Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi”, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Yogyakarta, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2008.

Indrianawati, Entika et. al. “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Surabaya” dalam *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, 2015.

Kaharu, Debora. “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic (STIESIA) Surabaya”, dalam *Jurnal Ilmu dan Manajemen Riset*, Vol. 5 No. 3, Maret 2016 ISSN 2461-0593.

Pujiyono Arif, *Teori Konsumsi Islam*, dalam *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, 2006, h. 3-4.

Rahmadi, Indra. “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim Terhadap Adopsi Smartphone Apple”, Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga, dalam *Jurnal JESTT*, Vol. 2 No. 3 Maret 2015.

Trimartati, Novita. “Studi Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan”, dalam *Jurnal Psikopedagogia*, Vol. 3 No. 1, 2014 ISSN 2301-6167.

3. Skripsi

Hasnira. “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”. Skripsi, Makassar, 2017.

Hotpascaman. “Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja”, Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009.

M. Affandi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Internet Mahasiswa Universitas Hasanuddin Kota Makassar”. Skripsi, Makassar, 2015.

Maharani, Dayu. “*Perbandingan Pola Konsumsi Pada Kalangan Mahasiswa Yang Indekos Di Kota Surakarta*”, Skripsi, Surakarta, 2006.

M. Wijaya, Putu. et. al. *Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*. Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual.

Nuriah, Silvia. *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi*. Makalah: Oktober 2014.

Pratama, et. al. “*Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku, Umur, Jenis Kelamin, Pekerjaan, & Kesadaran Kesehatan Terhadap Konsumsi Junkfood*”, Makalah Fakultas Ekonomi Jurusan Studi Pembangunan. Lampung.

Putri, Elfina Nanda Hasibuan. “*Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Puteri*”. Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2010.

Yustisi, Tiurma Sari. “*Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*” . Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009.

4. Al-Qur'an dan Kamus

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2008.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

5. Observasi

Hasil Observasi dan Wawancara Mahasiswi Perbankan Syariah.

6. Website

<http://febi.iainlangsa.ac.id> di akses pada tanggal 27 April 2018.

<http://delastuty.wordpress.com>, di akses pada tanggal 27 Desember 2017.

<http://iainlangsa.ac.id> di akses pada tanggal 27 April 2018.

Teori Uang Saku, <https://carlz185fr.wordpress.com/2013/04/23/teori-uang-saku/>, diakses pada 30 November 2017.

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR : 03/In.24/FEBI/KP.02.3/ II /2017
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA T.A. 2017/2018

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

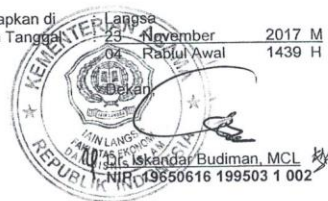
- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tanggal 17 Oktober 2014, Tentang IAIN Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/01150.1 Tanggal 11 Februari 2015, tentang Pengangkatan Rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa yang defenitif Masa Bhakti 2015-2019;
7. Surat Keputusan Rektor tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor 2 Tahun 2015 tanggal 16 Maret Tahun 2015;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2017, Tanggal 07 Desember 2016.
- Memperhatikan** : Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 17 November 2017.

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan** : **Muhammad Dayyan, M.Ec** sebagai Pembimbing I dan **Zikriatul Ulya, M.Si** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Dwi Mutia**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 4012014051, dengan Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa".
- Ketentuan** : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqashah Skripsi;
b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Langsa
Pada Tanggal 23 November 2017 M
04 Rabul Awal 1439 H



- Tembusan :**
1. Jurusan/Prodi dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
 2. Pembimbing I dan II;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : DWI MUTIA
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Langsa, 07 Januari 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/ Suku : Indonesia/Aceh
6. Status Perkawinan : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswi
8. Alamat : Jl. Mesjid Dusun Utama
Desa Paya Bujok Tunong Lor. C – Langsa Baro
9. Orang Tua/ Wali
 - a. Ayah : SOFYAN ADI
 - b. Ibu : SUMARDIANI
 - c. Pekerjaan : Tukang Becak/IRT (Ibu Rumah Tangga)
10. Alamat : Jl. Mesjid Dusun Utama
Desa Paya Bujok Tunong Lor. C – Langsa Baro
11. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SD Negeri No 4 Langsa 2008
 - b. SLTP : SMP Negeri 2 Langsa 2011
 - c. SLTA : SMA Negeri 3 Langsa 2014
 - d. Perguruan Tinggi : IAIN Langsa 2018

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Langsa, 30 Juli 2018
Penulis

DWI MUTIA
NIM. 4012014051

Lampiran 1 : Kuesioner

**ANALISIS PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP
TINGKAT KONSUMSI MAHASISWI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN LANGSA**

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat.

2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat.

3. Isilah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian.

Identitas Responden

Nama :

Nim :

Usia :

Angkatan :

Rata-Rata Uang Saku : Rp.....per bulan

Tempat Tinggal : Kos Tidak Kos

Uang Saku (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Pemanfaatan/Penggunaan					
1.	Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk keperluan yang dibutuhkan.					
2.	Saya lebih memprioritaskan uang saku yang berlebih untuk dimanfaatkan pada keinginan semata.					
	Pemberian dari Orangtua					
1.	Saya dapat menabung dari uang saku pemberian orangtua.					
2.	Saya selalu menggunakan pemberian uang saku dari orangtua dengan maksimal.					
	Penghasilan					
1.	Saya memiliki penghasilan yang sudah cukup memenuhi kebutuhan.					

2.	Saya kadangkala menggunakan penghasilan yang lebih, sehingga mempengaruhi tingkat konsumsi.					
----	---	--	--	--	--	--

Gaya Hidup (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Aktivitas					
1.	Saya membeli pakaian yang sedang trend saat ini agar terlihat menarik.					
2.	Saya memiliki keinginan yang tinggi untuk membeli barang-barang yang disukai walaupun sebenarnya kurang dibutuhkan.					
	Minat					
1.	Saya memiliki minat yang cukup tinggi untuk membeli barang-barang yang sedang menjadi trend.					
2.	Saya sering tergoda untuk membeli barang-barang ketika ada diskon.					
	Pendapat					
1.	Saya lebih memilih membeli barang-barang mahal yang dapat menjamin kepuasan.					
2.	Saya disarankan untuk membeli barang yang harganya terjangkau saat dihadapkan pada dua barang.					

Tingkat Konsumsi (Y)

	Bakhil	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya dalam kegiatan konsumsi termasuk orang yang bakhil.					
2.	Saya sudah menunjukkan sifat adil dalam berkonsumsi.					
	Wajar					
1.	Saya mengetahui pola konsumsi secara Islami.					

	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.004	.041	.002		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x1	Pearson Correlation	.695**	.714**	.780**	.678**	.645**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	7

Reliability and Validity Test Of Gaya Hidup (X₂)

Correlations

		x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	x2.12	x2
x2.7	Pearson Correlation	1	.186	.347**	.384**	.337**	.192	.568**
	Sig. (2-tailed)		.086	.001	.000	.002	.076	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x2.8	Pearson Correlation	.186	1	.461**	.286**	.015	.221*	.480**
	Sig. (2-tailed)	.086		.000	.008	.892	.041	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x2.9	Pearson Correlation	.347**	.461**	1	.644**	.269*	.289**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.012	.007	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x2.10	Pearson Correlation	.384**	.286**	.644**	1	.276*	.158	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.010	.145	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x2.11	Pearson Correlation	.337**	.015	.269*	.276*	1	.495**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.002	.892	.012	.010		.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86

x2.12	Pearson Correlation	.192	.221*	.289**	.158	.495**	1	.580**
	Sig. (2-tailed)	.076	.041	.007	.145	.000		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
x2	Pearson Correlation	.568**	.480**	.747**	.768**	.660**	.580**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	7

Reliability and Validity Test Of Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah (Y)

Correlations

	y1.13	y1.14	y1.15	y1.16	y1.17	y.18	y
y1.13	Pearson Correlation	1	.576**	.423**	.382**	.301**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.001
	N	86	86	86	86	86	86
y1.14	Pearson Correlation	.576**	1	.445**	.224*	.159	.245*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.038	.143	.023
	N	86	86	86	86	86	86
y1.15	Pearson Correlation	.423**	.445**	1	.315**	.227*	.192
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.036	.076
	N	86	86	86	86	86	86
y1.16	Pearson Correlation	.382**	.224*	.315**	1	.250*	.480**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.003		.020	.000
	N	86	86	86	86	86	86
y1.17	Pearson Correlation	.301**	.159	.227*	.250*	1	.344**
	Sig. (2-tailed)						.585**

	Sig. (2-tailed)	.005	.143	.036	.020		.001	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
y.18	Pearson Correlation	.359**	.245*	.192	.480**	.344**	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.001	.023	.076	.000	.001		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86
y	Pearson Correlation	.767**	.656**	.648**	.670**	.585**	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	7

Res	UANG SAKU (X1)							GAYA HIDUP (X2)							TINGKAT KONSUMSI (Y)						
N	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	TOTAL	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	x2.12	TOTAL	Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	TOTAL
1	5	3	5	3	4	4	32	4	3	4	3	4	5	34	4	4	4	5	5	4	26
2	4	3	3	4	3	4	27	4	4	3	3	3	3	29	4	4	4	3	4	4	23
3	3	3	3	4	5	4	28	3	4	4	5	4	3	35	4	4	4	5	3	3	23
4	4	3	4	4	4	4	30	4	3	3	3	4	4	32	4	3	3	4	4	4	22
5	2	3	2	3	4	3	22	3	3	3	3	3	2	25	3	3	3	3	3	3	18
6	4	5	4	4	4	4	34	4	3	4	3	4	4	33	4	4	4	5	5	4	26
7	4	4	3	3	4	4	29	4	4	4	4	4	3	35	4	4	5	5	5	4	27
8	4	3	4	5	5	5	33	4	4	3	3	4	4	33	5	4	5	5	4	4	27
9	3	3	3	4	4	3	26	3	3	2	2	4	3	27	3	3	4	4	4	3	21
10	3	3	4	4	5	3	29	4	4	2	3	4	4	33	3	4	3	3	4	4	21
11	3	4	3	5	4	4	30	5	3	3	4	4	3	34	4	4	3	5	3	5	24
12	3	3	4	2	3	3	25	2	3	2	3	4	4	29	4	4	3	4	4	2	21
13	2	4	2	4	4	3	25	4	4	4	4	3	2	32	4	3	2	3	4	4	20
14	3	4	3	3	3	4	27	3	4	3	3	4	3	31	3	4	3	4	3	3	20
15	4	3	4	3	5	4	30	3	4	4	5	5	4	40	4	4	3	4	4	3	22
16	5	4	3	5	4	5	33	4	4	3	4	3	3	33	3	4	3	4	5	4	23
17	3	3	3	3	2	3	23	4	4	3	4	4	3	35	4	3	4	5	3	4	23
18	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	34	3	3	3	4	4	4	21
19	3	2	1	2	3	3	17	4	3	3	4	3	1	28	2	2	2	4	4	4	18
20	5	4	3	5	4	4	32	5	2	3	4	5	3	36	5	5	4	5	5	5	29
21	3	3	3	4	4	4	27	5	4	3	4	4	3	35	4	4	4	5	4	5	26
22	3	4	2	4	4	4	27	5	3	3	4	4	2	32	3	4	4	5	3	5	24
23	4	4	5	4	5	3	34	5	5	4	5	5	5	43	3	4	5	5	5	5	27
24	3	5	3	5	4	4	32	5	3	3	4	4	3	34	4	4	5	5	4	5	27
25	4	4	3	4	5	4	31	5	5	5	5	4	3	41	5	5	4	5	3	5	27

26	5	4	5	5	4	3	35	5	4	5	5	4	5	41	5	3	4	5	5	5	27
27	2	3	3	3	3	3	23	3	2	2	4	3	3	27	2	3	4	4	2	3	18
28	4	4	3	4	4	4	30	4	3	4	4	3	3	31	4	3	3	4	4	4	22
29	3	2	3	2	4	3	22	3	3	2	2	3	3	23	3	4	4	4	3	3	21
30	2	3	1	3	2	3	18	3	3	2	3	3	1	24	3	3	3	2	2	3	16
31	4	5	4	4	4	3	33	4	4	3	5	4	4	37	4	4	4	5	5	4	26
32	4	3	4	3	3	4	28	4	4	3	3	3	4	31	4	4	4	3	4	4	23
33	3	3	3	4	5	3	27	5	5	4	3	4	3	35	4	4	4	5	3	5	25
34	4	5	5	5	4	5	38	4	4	4	4	4	5	38	5	3	4	5	5	4	26
35	2	3	2	4	4	2	22	3	3	3	3	3	2	26	3	2	3	4	3	3	18
36	4	5	4	5	5	3	35	4	4	3	3	4	4	33	4	4	4	5	5	4	26
37	4	3	4	3	4	4	29	3	4	2	2	3	4	26	4	4	3	3	3	3	20
38	3	3	3	4	3	3	25	4	3	1	2	4	3	26	5	3	5	4	4	4	25
39	3	4	4	3	4	3	29	3	4	2	3	4	4	31	3	3	4	4	4	3	21
40	3	4	4	4	5	5	33	4	4	4	4	4	4	37	4	5	4	3	4	4	24
41	3	2	3	3	4	4	24	5	3	2	3	4	3	31	4	4	3	5	3	5	24
42	3	3	5	2	5	4	30	4	3	3	4	4	5	35	4	4	5	4	4	4	25
43	3	3	4	3	4	5	29	4	4	2	3	3	4	30	4	3	2	3	4	4	20
44	3	4	3	3	3	5	28	4	4	4	5	4	3	37	3	3	3	4	4	4	21
45	4	4	4	4	4	3	31	4	4	3	3	4	4	32	4	4	3	3	4	4	22
46	5	4	4	4	5	4	34	3	5	4	4	3	4	34	5	4	5	4	5	3	26
47	3	3	4	4	4	3	28	3	4	4	4	4	4	35	4	4	5	3	4	3	23
48	5	3	4	3	4	5	31	3	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	5	3	23
49	3	4	3	3	4	4	28	3	5	4	3	3	3	31	4	4	4	4	5	3	24
50	4	3	3	4	3	3	26	4	5	4	4	3	3	33	4	4	3	4	4	4	23
51	4	3	3	4	5	4	29	4	4	5	4	4	3	36	5	5	4	4	4	4	26
52	3	4	3	4	4	4	29	3	3	3	4	3	3	30	3	4	4	3	3	3	20
53	4	3	4	5	4	4	31	4	3	4	4	4	4	34	4	4	4	5	3	4	24

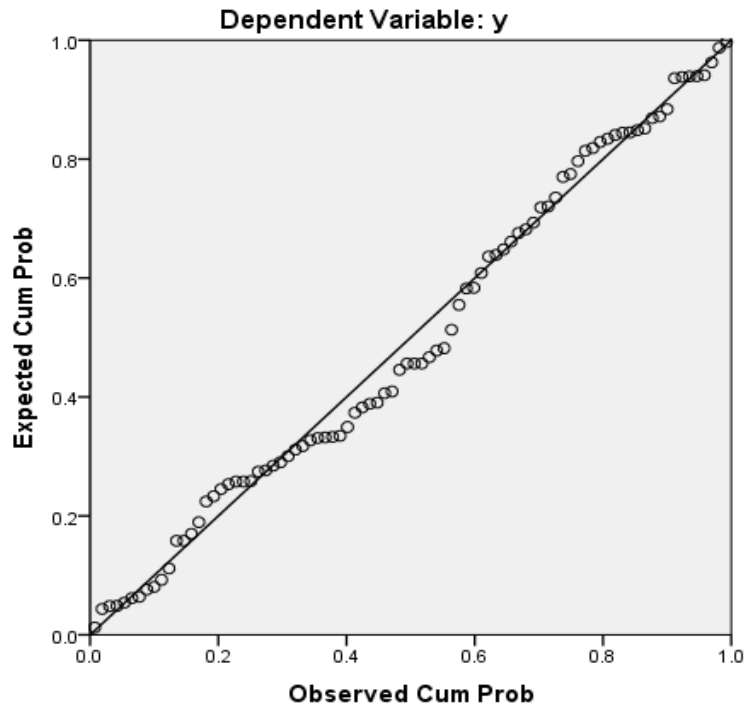
54	4	4	4	5	5	5	35	4	5	5	5	4	4	41	5	5	4	4	4	4	26
55	3	3	4	4	4	3	28	4	3	3	3	3	4	29	2	3	3	3	4	4	19
56	2	3	3	3	4	3	24	3	4	2	2	3	3	25	3	4	4	3	3	3	20
57	5	4	4	5	5	5	36	4	3	3	4	4	4	34	5	5	4	5	4	4	27
58	2	3	2	3	3	3	21	3	2	3	3	3	2	26	2	3	3	4	4	3	19
59	2	3	3	2	2	4	22	3	3	4	4	2	3	28	3	3	4	3	3	3	19
60	3	5	4	4	3	2	30	5	4	4	4	4	4	37	3	4	4	5	5	5	26
61	4	5	5	4	4	5	37	4	4	4	4	4	5	37	4	3	4	3	5	4	23
62	3	3	3	4	4	3	26	3	4	3	3	3	3	29	3	4	4	3	3	3	20
63	4	3	4	4	3	3	28	4	5	4	4	3	4	35	4	3	3	5	4	4	23
64	4	4	4	5	5	3	33	4	4	4	3	4	4	33	5	4	4	5	4	4	26
65	4	4	5	4	4	3	33	4	4	5	4	5	5	40	4	4	4	4	5	4	25
66	3	4	4	4	3	4	30	4	3	4	4	4	4	35	3	3	3	4	4	4	21
67	5	3	4	4	4	4	31	3	3	4	3	4	4	33	4	3	3	4	2	3	19
68	3	3	4	3	3	3	26	3	3	4	4	4	4	34	3	4	2	4	3	3	19
69	4	4	3	4	3	3	28	4	5	5	3	3	3	33	3	3	3	4	3	4	20
70	4	3	2	3	2	3	22	3	4	3	3	3	2	27	3	3	4	4	2	3	19
71	3	3	3	3	4	3	25	3	2	2	3	4	3	28	3	3	4	3	3	3	19
72	2	3	2	3	3	4	22	3	4	3	3	3	2	27	2	2	3	2	4	3	16
73	4	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	28	3	4	3	3	3	3	19
74	4	4	4	4	3	3	30	4	3	2	2	3	4	26	2	2	2	4	4	4	18
75	2	3	3	2	2	3	21	2	4	2	3	3	3	26	3	3	4	4	2	2	18
76	4	5	5	4	4	5	37	4	4	3	3	4	5	34	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	5	4	5	5	36	5	4	5	4	5	5	41	5	5	5	4	5	5	29
78	4	4	4	5	5	4	34	4	3	4	4	5	4	37	4	4	4	5	4	4	25
79	4	4	4	4	4	5	33	4	5	4	4	5	4	40	5	5	4	4	4	4	26
80	2	4	3	3	3	4	26	4	3	4	3	5	3	32	4	5	4	4	3	4	24
81	4	4	3	3	3	4	28	4	4	3	4	3	3	32	4	4	3	3	3	4	21

82	3	3	3	4	4	3	26	4	3	2	2	3	3	25	4	3	3	4	4	4	22
83	4	4	4	5	5	4	34	3	3	3	3	4	4	31	4	5	4	3	4	3	23
84	4	2	4	2	3	3	24	3	3	2	2	5	4	29	3	3	3	4	5	3	21
85	4	4	3	4	4	3	29	5	4	4	4	3	3	33	3	3	4	3	4	5	22
86	4	5	4	4	5	5	36	5	4	4	5	4	4	38	4	4	5	5	4	5	27

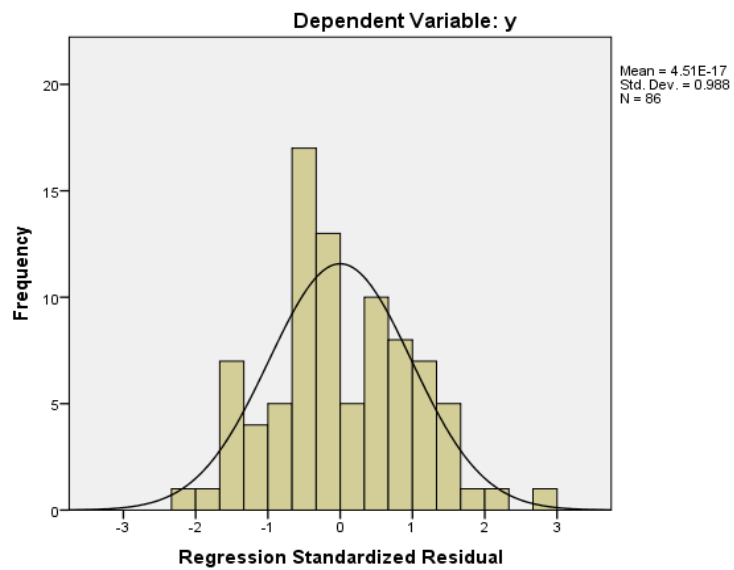
SPSS

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		x1	x2	y
N		86	86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28.7907	32.5000	22.6744
	Std. Deviation	4.54809	4.52119	3.10764
	Absolute	.071	.091	.114
Most Extreme Differences	Positive	.049	.081	.100
	Negative	-.071	-.091	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		.654	.840	1.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.786	.481	.218

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Lineritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	(Combined)	507.241	19	26.697	5.618	.000
	Between Groups	423.727	1	423.727	89.165	.000
	Deviation from Linearity	83.515	18	4.640	.976	.496
	Within Groups	313.642	66	4.752		
	Total	820.884	85			

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x2	(Combined)	528.647	18	29.369	6.733	.000
	Between Groups	437.631	1	437.631	100.334	.000
	Deviation from Linearity	91.016	17	5.354	1.227	.269
	Within Groups	292.237	67	4.362		
	Total	820.884	85			

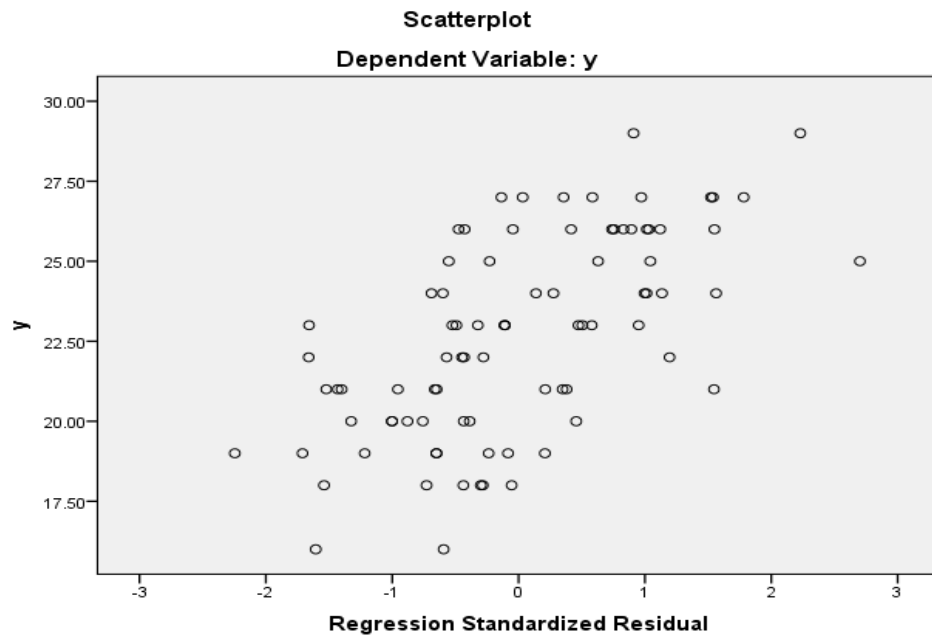
c. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.011	1.588		3.155	.002		
x1	.272	.069	.398	3.961	.000	.470	2.130
x2	.303	.069	.441	4.389	.000	.470	2.130

a. Dependent Variable: y

d. Uji Heteroskedastisitas



e. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.779 ^a	.607	.598	1.97067	.607	64.188	2	83	.000	1.540

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

f. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.011	1.588		3.155	.002
	x1	.272	.069	.398	3.961	.000
	x2	.303	.069	.441	4.389	.000

a. Dependent Variable: y

g. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.011	1.588		3.155	.002
	x1	.272	.069	.398	3.961	.000
	x2	.303	.069	.441	4.389	.000

a. Dependent Variable: y

h. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	498.550	2	249.275	64.188	.000 ^b
	Residual	322.334	83	3.884		
	Total	820.884	85			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

i. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.598	1.97067

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y