

**PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA
TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT GAMPONG
GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Dinda Rizki Amelia

NIM. 4012016016

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1441 H / 2020**

LEMBAR PENGESAHAN

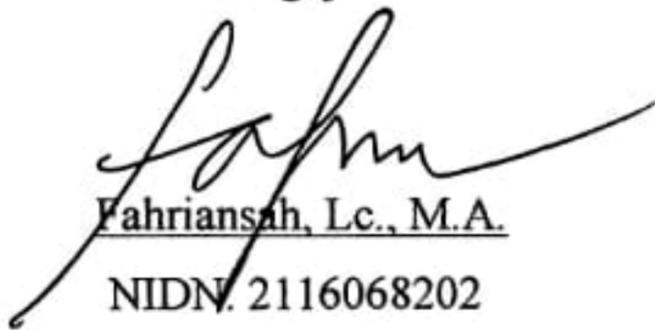
Skripsi berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT GAMPONG GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** an. Dinda Rizki Amelia, NIM 4012016016 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 19 Agustus 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 19 Agustus 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Fahriansah, Lc., M.A.
NIDN. 2116068202

Penguji II



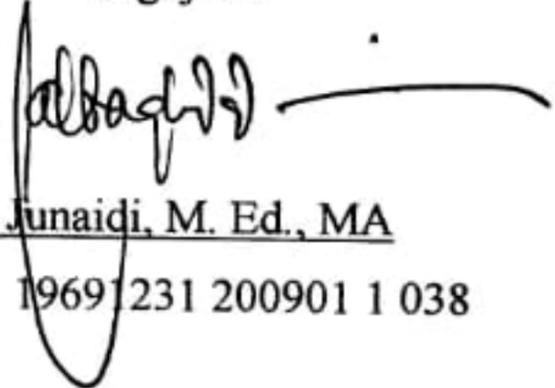
Chahayu Astina, SE, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Penguji III



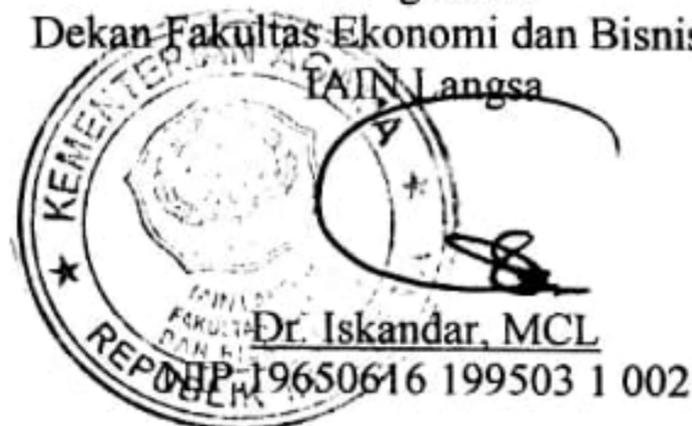
Dr. Iskandar, MCL
NIP.19650616 199503 1 002

Penguji IV



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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Iskandar, MCL
NIP. 19650616 199503 1 002

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA TERHADAP POLA KONSUMSI ISLAMI DI MASYARAKAT GAMpong GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA

Oleh :

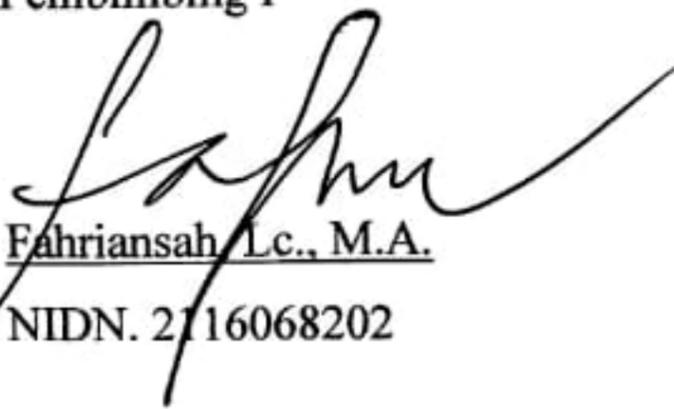
Dinda Rizki Amelia

Nim. 4012016016

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

Langsa, 1 Maret 2020

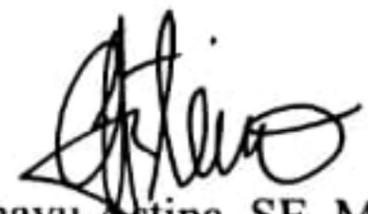
Pembimbing I



Fahriansah Lc., M.A.

NIDN. 2116068202

Pembimbing II

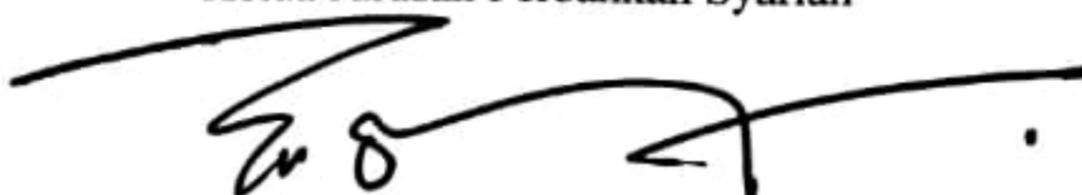


Chahayu Astina, SE, M.Si

NIP. 198411232019032007

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I., M.A.

NIDN. 2011118901

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dinda Rizki Amelia

N i m : 4012016016

Tempat/tgl. Lahir : Lhokseumawe, 6 Agustus 1998

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl. Lilawangsa, Gampong Geudubang Jawa, Langsa Baro

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA TERHADAP POLA KONSUMSI ISLAMI DI MASYARAKAT GAMPONG GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 01 Maret 2020

Yang membuat pernyataan

A 4000 Rupiah postage stamp with a signature and the name Dinda Rizki Amelia. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'PETERAI SIMPEL', the serial number '4A8AHF295585800', and the denomination '4000 RIBU RUPIAH'. The signature is written in black ink over the stamp.

Dinda Rizki Amelia

MOTTO

“ Allah selalu menjawab doamu dengan 3 cara. Pertama, langsung mengabulkannya.
Kedua, menundanya. Ketiga, menggantinya dengan yang lebih baik untukmu.”

-Ibuk-

PERSEMBAHAN

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, **“PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT GAMPONG GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** dengan baik. Pada kesempatan ini perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda tercinta Suparmin BA dan Ibunda tercinta Erli Egawati SH yang menjadi penyemangat terbesar memberikan dukungan tiada henti baik secara moral maupun materil hingga terselesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu Pembimbing yang membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
3. Adiku Difa Rizki Ananda yang memberikan semangat dan dukungan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar PBS Unit 1 yang tak dapat disebutkan namanya satu persatu.
5. Almamater Tercinta IAIN Langsa.

ABSTRAK

Masyarakat pada saat ini mulai bergeser pola konsumsinya mereka cenderung menggunakan uang yang dimiliki guna memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas. Hal ini terjadi dikalangan masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa. Sehingga pendapatan yang diperoleh dipergunakan lebih banyak untuk kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier dibandingkan kebutuhan primer yang seharusnya lebih didahulukan. Masyarakat sekarang ini selalu mengarah kepada gaya hidup yang bermewah-mewah yang mengakibatkan cenderung konsumtif, padahal pendapatan yang mereka peroleh tidak sebanding dengan kebutuhan yang mereka keluarkan. Seharusnya sebagai umat islam selalu bersikap sederhana dan menjauhkan diri dari sikap boros dan berlebihan dalam berkonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa yang berjumlah 50 orang. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa, ditunjukkan dengan nilai koefisien pendapatan (X_1) bertanda positif yaitu 3,316 dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil daripada probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,002 < 0,05$). (2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa, ditunjukkan dengan nilai koefisien pendapatan (X_2) bertanda positif yaitu 3,463 dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil daripada probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,001 < 0,05$). (3) Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa, ditunjukkan dengan nilai koefisien pendapatan (X_3) bertanda positif yaitu 2,277 dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil daripada probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,028 < 0,05$). Dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,555 atau 55,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 55,5% pola konsumsidipengaruhi oleh pendapatan, gaya hidup, dan budaya, sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Pendapatan, Gaya Hidup, Budaya, Pola Konsumsi.

ABSTRACT

People at this time have begun to shift their consumption patterns, they tend to use their money to fulfill their unlimited desires. This happened among the people of Gampong Geudubang Jawa, Langsa City. So that the income obtained is used more for secondary needs and tertiary needs than primary needs which should be more promising. Today's society always leads to luxurious lifestyle that results in a consumptive tendency, even though the income they get is not proportional to the needs they spend. As Muslims, they should always be modest and distance themselves from wasteful and excessive consumption. This study aims to examine and analyze how the influence of income, lifestyle, and culture on Consumption patterns in the Geudubang Village of Java. This research uses a quantitative research approach with a survey method. The population in this study were the people of Gampong Geudubang Jawa, Langsa City, which numbered 50 people. Data analysis technique used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Revenue has a positive and significant effect on Consumption patterns of the Gampong Geudubang Jawa Langsa City community, indicated by the coefficient of income (X_1) with a positive sign that is 3,316 and the calculated error probability is smaller than the probability of error determined ($0.002 < 0.05$). (2) Lifestyle has a positive and significant effect on the pattern of Islamic consumption of the people of Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa, indicated by the coefficient of income (X_2) with a positive sign that is 3.463 and the calculated error probability is smaller than the specified error probability ($0.001 < 0.05$). (3) Culture has a positive and significant effect on Consumption patterns of the Gampong Geudubang Jawa Langsa City community, indicated by the positive coefficient of income (X_3) marking 2,277 and the calculated error probability is smaller than the specified error probability ($0.028 < 0.05$). And the coefficient of determination (R^2) of 0.555 or 55,5%. This value shows that 55,5% of Consumption patterns are influenced by income, lifestyle, and culture, while the remaining 45,5% is influenced by independent variables not examined.

Keywords: Income, Lifestyle, Culture, Consumption Patterns.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun sampai selesai skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**. Semoga shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan para pengikutnya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses sampai dengan selesainya, penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan moral dan material baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M. Cl., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I., M.A., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Fahriansah, Lc., M.A., selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan arahan sampai skripsi ini terselesaikan.
5. Ibu Chahayu Astina, SE, M.Si, selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.
6. Bapak Dr. Safwan Kamal, S.El., M.E.I., selaku Penasehat Akademik peneliti.
7. Ibu Mastura, M.E.I., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

8. 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.
9. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
10. Orang tua tercinta yaitu Ayahanda Suparmin BA dan Ibunda Erli Egawati SH yang telah memberikan dukungan moral dan materil serta Doa kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada abang yang baik hati Rahmad Ramadhan Syaputra, yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Keluarga Besar PBS unit 1 yang tak dapat disebutkan namanya satu persatu.
13. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT, untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak. Wassalam.

Langsa, 01 Maret 2020

Peneliti

Dinda Rizki Amelia

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	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
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

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

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
اَ / اِي	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
وُ	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:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijjul-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 mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

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

Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur’an

وَلَقَدْ رَأَاهُ 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 fathun qarīb

بِاللَّهِ 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

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.7. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11
2.1. Konsumsi	11
2.1.1. Pengertian Konsumsi	11
2.1.2. Pengertian Pola Konsumsi.....	12
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi.....	12
2.1.4. Konsumsi Dalam Perspektif Islam	18
2.1.5. Etika Pola Konsumsi dalam Islam.....	23
2.1.6. Indikator Pola Konsumsi	26
2.2. Pendapatan.....	27

2.2.1. Pendapatan Dalam Prespektif Islam	30
2.2.2. Hubungan Konsumsi dengan Pendapatan	32
2.2.3. Indikator Pendapatan	34
2.3. Gaya Hidup	34
2.3.1. Pengertian Gaya Hidup	34
2.3.2. Kriteria Gaya Hidup Berdasarkan Pengelompokkan Manusia	36
2.3.3. Faktor-faktor Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Konsumsi	36
2.3.4. Gaya Hidup Dalam Prespektif Islam	38
2.3.5. Indikator Gaya Hidup	39
2.4. Budaya	40
2.4.1. Indikator Budaya	41
2.5. Penelitian Terdahulu	42
2.6. Kerangka Teoritis	51
2.7. Hipotesa Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1. Pendekatan Penelitian	53
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.3. Populasi dan Sampel	53
3.3.1. Populasi	53
3.3.2. Sampel	54
3.4. Jenis dan Sumber Data	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data	56
3.6. Teknik Analisis Data	58
3.6.1. Analisis deskriptif	58
3.6.2. Uji Instrumen Penelitian	58
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	59
3.6.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	61
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
3.6.6. Uji Hipotesis	62
3.6.7. Definisi Operasional	64
BAB IV TEMUAN PENELITIAN	66
4.1. Gambaran Umum Gampong Geudubang Jawa	66

4.1.1 Asal Usul Gampong.....	66
4.1.2 Sejarah Pemerintahan Gampong	66
4.1.3 Keadaan Fisik atau Geografis Gampong	66
4.1.4 Kondisi Pemerintah Gampong.....	69
4.1.5 Struktur Organisasi Pemerintahan Gampong Geudubang Jawa	69
4.2. Deskripsi Data Penelitian	70
4.2.1. Karakteristik Responden.....	71
4.3. Uji Prasyarat Analisis	76
4.3.1. Uji Validitas.....	77
4.3.2. Uji Reliabilitas	78
4.4. Uji Asumsi Klasik	79
4.4.1. Uji Normalitas	79
4.4.2. Uji Linearitas	83
4.4.3. Uji Multikolinearitas.....	84
4.4.4. Uji Heteroskedastisitas	85
4.4.5 Uji Autokorelasi	87
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.6. Uji Hipotesis	89
4.6.1. Uji t.....	89
4.6.2. Uji F (Uji Simultan).....	91
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.6.4. Interpretasi Penelitian Berdasarkan Penelitian Sebelumnya...	103
BAB V PENUTUP.....	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Sebulan Untuk Kebutuhan Pesta Dan Upacara.....	6
Tabel 2.1 Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan.....	20
Tabel 2.2 Variabel dan Indikator	42
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	57
Tabel 4.1 Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.9 Hasil One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	87
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Uji Parsial)	89
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	92
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 4.1 Wilayah Geografis Gampong Geudubang Jawa	68
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pemerintahan Gampong Jawa	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 4.4 Histogram	82
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk individu dan sosial mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Di antaranya adalah kebutuhan konsumsi. Konsumsi merupakan hal yang mutlak diperlukan setiap orang untuk bertahan hidup. Kebutuhan hidup manusia selalu berkembang sejalan dengan tuntutan zaman, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, akan tetapi juga menyangkut kebutuhan lainnya seperti kebutuhan pakaian, rumah, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Di sisi lain konsumsi juga salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi berbagai kebutuhan barang dan jasa.

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang dan jasa yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsinya. Kegunaan ini bisa juga dirasakan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Karena adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi sebuah barang atau jasa. Perilaku konsumsi masing-masing orang berkaitan dari sikap lingkungan hidup dan adat istiadat serta pendapatan. Tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk

memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/ jasa, dan memperoleh kepuasan.¹ Untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhan hidupnya sehari-hari seseorang memerlukan pendapatan.

Pendapatan seseorang merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dengan kegiatan konsumsi, dikarenakan konsumsi berbanding lurus dengan pendapatan. Semakin tinggi penghasilan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi. Seseorang akan terus menambah proporsi konsumsinya sebanding dengan tingkat pertambahan dari penghasilan yang diterimanya sampai batas tertentu, penambahan pendapatan tidak lagi menyebabkan bertambahnya jumlah makanan yang dikonsumsi karena pada dasarnya kebutuhan manusia akan makanan mempunyai titik jenuh. Sehingga terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin berkurang persentase pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan. Hal tersebut didorong oleh meningkatnya gaya hidup.

Gaya hidup (*life style*) masyarakat era millennial sudah mengikuti gaya hidup negara-negara maju, gaya hidup yang cenderung bermewah-mewahan (hedonis) menyebabkan masyarakat berperilaku konsumtif. Sebagai masyarakat yang berada di negara dengan mayoritas penduduk Islam, masyarakat Indonesia harus mampu membentengi diri agar tidak terpengaruh oleh lingkungan yang mengarah pada pola perilaku yang konsumtif. Masyarakat Indonesia seharusnya berperilaku sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dan memiliki gaya hidup yang

¹Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada), h. 127.

Islami. Karena dengan jumlah penduduk Muslim yang besar akan lebih mudah dalam menjalankan dan mengamalkan nilai-nilai Islam, begitu juga menciptakan lingkungan yang Islami dan mampu membentengi seseorang dari perbuatan atau perilaku yang menyimpang dari ajaran Islam.² Gaya hidup merupakan fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan budaya.

Budaya sendiri adalah seperangkat pola perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain kepada anggota dari masyarakat tertentu. Budaya merupakan cara hidup dari masyarakat secara turun-temurun, dan masyarakat adalah sekelompok orang yang berinteraksi di dalam daerah yang terbatas dan yang diarahkan oleh budaya mereka. Jadi, unsur-unsur budaya seperti bagaimana seseorang berpakaian, kapan atau apa yang di makan dan di minum serta bagaimana di habiskan waktu luangnya, semua yang dilakukan atas dasar budaya di lingkungannya. Maka, budaya sebagai keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang dapat membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu.³

Menurut teori konsumsi ekonomi Islam, konsumen tidak diarahkan untuk memaksimalkan utilitas yang didasarkan pada rasionalitas sempit sesuai dengan anggaran yang dimilikinya, akan tetapi berjalan searah dengan nilai-nilai keIslaman yang mana secara tidak langsung mengarahkan konsumen agar tidak

² Ummi Khozanah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Dalam Pandangan Islam (Survei Pada Pengurus Dan Anggota Asbisindo Di Jawa Barat)*, (Universitas Pendidikan Indonesia: 2014), h. 5.

³ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalau, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 184.

konsumtif dan menjaga kemaslahatan.⁴ Sebagaimana Firman Allah SWT dalam QS Al-A'raf/7: 31.⁵

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ (٣١)

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”(QS Al-A'raf/7: 31).⁶

Kemudian Rasulullah Saw bersabda, “Makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan berpakaianlah kalian, tanpa israf dan menimbulkan kerusakan.” Dan beliau bersabda, “Bersikaplah zuhud bukan berarti mengharamkan sesuatu yang halal.”⁷

Berdasarkan uraian ayat dan hadist diatas, seorang konsumen dituntut untuk berkonsumsi secara seimbang (I'tidal) dikarenakan hal tersebut akan berdampak positif bagi kehidupan individu dan masyarakat baik dalam etika maupun dalam aspek sosial dan ekonomi.⁸

Sejalan dengan penjelasan di atas, Gampong Geudubang Jawa merupakan salah satu gampong di Kota Langsa yang masyarakatnya mayoritas memeluk agama Islam. Namun pada kenyataannya, yang terjadi di masyarakat adalah bergesernya pola konsumsi masyarakat, terkadang masyarakat menggunakan uang

⁴ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei)....., h. 127.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media,2005) h. 154.

⁶ Said sa'ad marathon, *Ekonomi Islam Ditengah; Krisis Ekonomi Global* , (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), h. 79.

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

yang di miliki guna memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas, membelanjakan barang dan jasa yang memang dikatakan bukan barang kebutuhan pokok.

Masyarakat juga mengikuti hal-hal yang trend, tidak terkecuali di kalangan masyarakat Islam. Sebagian besar masyarakat Islam mengikuti perkembangan mode yang sedang banyak diminati, seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris dan alat-alat teknologi tanpa mempertimbangkan syariat yang dianut sebagai seorang yang beragama Islam, padahal tidak semua gaya hidup jaman sekarang dapat diikuti. Perkembangan trend sangat pesat ini membuat masyarakat tertarik melakukan konsumsi secara terus menerus. Serta ada sebahagian masyarakat yang membeli barang yang sebenarnya dimilikinya namun karena kebiasaan, gaya hidup dan perkembangan mode yang diikuti menyebabkan masyarakat mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, hal ini tentu tidak sesuai dengan prinsip konsumsi secara syariah.⁹

Masyarakat Gampong Geudubang Jawa kesehariannya cenderung memiliki pola konsumsi yang dirasa kurang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pada saat masyarakat nya mengadakan acara syukuran ataupun pesta perkawinan yang terlihat berlebih-lebihan. Rata-rata masyarakat nya cenderung sering menggunakan jasa keyboard (organ tunggal) dan kuda kepang di dalam acara hajatan yang mereka adakan seperti pesta perkawinan ataupun yang lainnya. Untuk memperkuat anggapan awal penelitian tentang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi, menurut data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa

⁹ Hasil observasi pada masyarakat Geudubang Jawa tempat domisili peneliti.

dari tahun 2016-2018 terlihat pengeluaran rata-rata perkapita sebulan untuk keperluan pesta dan upacara hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:¹⁰

Tabel 1.1
Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Sebulan Untuk Kebutuhan Pesta Dan Upacara

Kelompok bukan makanan <i>Non food commodity</i>	Tahun/Year		
	2016	2017	2018
(1)	(2)	(3)	(4)
Keperluan pesta dan upacara <i>Parties and ceremonies</i>	21 739	13 271	20 160
Jumlah/Total	21 739	13 271	20 160

Sumber: BPS Kota Langsa

Source: *BPS-Statistics of Langsa Municipality*

Berdasarkan data pada tabel di atas pengeluaran rata-rata perkapita sebulan untuk kebutuhan pesta dan upacara mengalami fluktuasi dari tahun 2016-2018 dimana pada tahun terakhir jumlahnya kembali meningkat sebesar 20.160,- perkapita sebulan. Menurut analisa peneliti, hal tersebut terjadi karena dipengaruhi oleh faktor budaya, seperti contohnya budaya pesta perkawinan yang terjadi di Gampong Geudubang Jawa. Dimana setiap masyarakat yang ingin mengadakan hajatan atau syukuran (pesta) ingin terlihat mewah bahkan terkadang biaya pesta tersebut diperoleh dari hutang kepada pihak lain (pengeluaran yang melebihi pendapatan). Walaupun disisi lain penulis masih meyakini bahwa ada juga sebagian masyarakat yang mempunyai pola konsumsi sesuai dengan pola konsumsi Islami.

¹⁰ BPS Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka (Langsa Municipality In Figures 2019)*, h.391.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka ada keinginan penulis untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **”Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diuraikan beberapa identifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Pendapatan masyarakat yang digunakan untuk memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas.
2. Gaya hidup masyarakat yang terlihat terlalu berlebih-lebihan.
3. Budaya kenduri atau membuat sebuah perayaan secara berlebih-lebihan (boros) sehingga dirasa tidak sesuai dengan pola konsumsi Islami.
4. Dalam Islam dijelaskan pada Q.S al-a’raf ayat 31 bahwa adanya larangan sifat berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata.

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok-pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dibatasi hanya terfokuskan pada faktor faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat yaitu pendapatan, gaya hidup, dan

budaya. Selain itu juga penelitian ini hanya dibatasi dalam cakupan wilayah Gampong Geudubang Jawa yang mana masyarakat didaerah itu saja yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa?
3. Bagaimana pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi Islami di masyarakat Gampong Geudubang Jawa?
5. Bagaimana pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa yang dilihat dari pengaruh pendapatan, gaya hidup dan budaya menurut perspektif ekonomi Islam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.
- e. Untuk mengetahui pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa yang dilihat dari pengaruh pendapatan, gaya hidup dan budaya menurut perspektif ekonomi Islam

1.6. Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan tujuan penelitian yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini memberikan manfaat, yaitu :

1. Bagi IAIN Langsa, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan bisa digunakan sebagai wahana untuk mengkaji secara ilmiah tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan budaya terhadap pola konsumsi masyarakat geudubang jawa di Kota Langsa
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini akan menjadi bahan informasi atau masukan bagi peneliti selanjutnya khususnya mahasiswa IAIN Langsa dan mahasiswa di perguruan tinggi lain umumnya.

1.7. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 (lima) bab, yaitu :

1. Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari; latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan bagian akhir ialah sistematika pembahasan.
2. Bab II adalah bab tinjauan teoritis yang terdiri dari; tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, dan hipotesa penelitian
3. Bab III adalah bab metodologi penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, teknik analisis data penelitian, dan definisi operasional variabel.
4. Bab VI adalah bab temuan penelitian yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data penelitian, hasil-hasil analisis data, uji hipotesis, dan pembahasan.
5. Bab V adalah bab penutup yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian dan saran.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1. Konsumsi

2.1.1. Pengertian Konsumsi

Di dalam siklus ekonomi yang bermula dengan perolehan kekayaan, konsumsi barangkali merupakan tahap yang terakhir dan paling penting. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia.¹¹ Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta).¹²

Konsumsi dalam artian mikro ialah pengeluaran seseorang individu untuk membeli barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan atau memenuhi kebutuhannya. 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.¹³

¹¹ Dr. Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 137.

¹² Arif Pujiyono. "Teori Konsumsi Islam" *dalam Jurnal dinamika pembangunan*, vol. 3, No. 2, 2006, h.3.

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

2.1.2. Pengertian Pola Konsumsi

Menurut Rahardja pola konsumsi didefinisikan sebagai tingkat kebutuhan seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu yang dapat dipenuhi oleh penghasilannya.¹⁴

Pola konsumsi adalah susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya. Pola konsumsi tiap orang berbeda-beda. Orang yang berpendapatan tinggi berbeda pola konsumsinya dengan orang yang berpendapatan menengah, berbeda pula dengan orang yang berpendapatan rendah.

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain:¹⁵

a. Faktor-Faktor Ekonomi

1. Pendapatan Rumah Tangga (*Household Income*)

Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya-tidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.

¹⁴ Prathama Rahardja, *Teori Ekonomi Makro edisi 1*, (Yogyakarta: BPFE, 2005), h.78

¹⁵ H. Abdul Wahab, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Cet. I; Alauddin University Press, 2012), h. 79-84.

2. Kekayaan Rumah Tangga (*Household Wealth*)

Tercakup dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan *financial* (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable.

3. Tingkat Bunga (*Interest Rate*)

Tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi keinginan konsumsi. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi (*opportunity cost*) dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berutang dahulu, misalnya dengan meminjam dari bankan menggunakan kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi.

4. Perkiraan Tentang Masa Depan (*Household Expectation About The Future*)

Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.

b. Faktor-Faktor Demografi

1. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per keluarga

relative rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi.

2. Komposisi Penduduk

Pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi, antara lain; Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15-64 tahun), makin besar tingkat konsumsi. Sebab makin banyak penduduk yang bekerja, penghasilan juga makin besar. Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya juga makin tinggi, sebab pada saat seseorang atau suatu keluarga makin berpendidikan tinggi maka kebutuhan hidupnya makin banyak. Makin banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab umumnya pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif di banding masyarakat pedesaan.

c. Faktor-faktor Non Ekonomi

Faktor-faktor non-ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat/ideal.

Sedangkan Menurut Kotler ada empat faktor yang mempengaruhi pola konsumsi barang dan jasa:¹⁶

¹⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong diterjemahkan oleh Damos Sihombing, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga), h.197.

a. Faktor Budaya

1. Kebudayaan

Kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Anak memperoleh serangkaian tata nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui keluarganya dari lembaga-lembaga kunci lain.

2. Sub kebudayaan

Sub kebudayaan terdiri dari sub-sub kebudayaan yang paling kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub kultural mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah bagian-bagian yang relatif homogeny dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat dan perilaku yang mirip.

b. Faktor Sosial

1. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang. Semua ini adalah kelompok dimana orang tersebut berada atau berinteraksi.

2. Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua, seseorang memperoleh suatu orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta suatu rasa ambisi pribadi, penghargaan pribadi, dan cinta.

3. Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya baik keluarga, klub atau organisasi. Posisi orang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran dan status.

c. Faktor Pribadi

1. Usia dan tahap siklus hidup

Orang-orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Mereka memakan makanan bayi pada tahun-tahun pertumbuhan dan dewasa, dan memakan makanan diet khusus pada tahun-tahun berikutnya. Selera orang-orang dalam pakaian, prabot, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia.

2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang pekerja berkerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja, kotak makanan, dan berekreasi boling.

3. Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang.

4. Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda. Kepribadian merupakan karakteristik psikologi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

d. Faktor Psikologi

1. Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan setiap waktu tertentu. Suatu kebutuhan menjadi suatu motif bila telah mencapai tingkat intensitas yang cukup. Suatu motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak.

2. Persepsi

Seseorang yang termotivasi adalah siap untuk bertindak. Bagaimana seseorang benar-benar bertindak dipengaruhi oleh persepsi dia mengenai situasi tertentu. Persepsi tidak hanya tergantung pada stimuli fisik tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.

3. Pengetahuan

Ketika orang-orang bertindak, mereka belajar. Pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Ahli teori pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang saling mempengaruhi dari dorongan, stimuli, petunjuk, tanggapan, dan penguatan.

4. Kepercayaan dan sikap pendirian

Melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh kepercayaan dan pendirian. Hal ini kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka.

2.1.4. Konsumsi Dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi Islam, pemenuhan kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan harus dilandasi dengan nilai-nilai spiritualisme dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Selain itu, kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan (*had al-kifayah*), baik atas kebutuhan pribadi maupun keluarga.¹⁷

Dalam ekonomi Islam fungsi konsumsi terikat pada prinsip yang dinyatakan oleh Rasulullah saw bahwa hakekat kepemilikan bagi seseorang ialah apa yang dimakan dan yang dikeluarkan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Dari penjelasan ini, maka dapat dirumuskan suatu fungsi pendapatan dalam ekonomi Islam sebagai berikut:¹⁸

$$Y = C + S + \text{Infaq}$$

$$Y = C + \text{Infaq} + S$$

Jika.....FS = C + Infaq

Maka.....Y = FS+S

Dimana.....FS = *Final spending*

Final spending (FS) adalah konsumsi yang dibelanjakan untuk keperluan konsumtif ditambah dengan pemelanjaan untuk infaq. Sehingga Final spending pembelanjaan akhir seorang muslim. Allah swt. Menyiapkan jalan yang sukar dan menjadikan hartanya tidak bermanfaat bagi orang-orang yang bakhil dengan harta

¹⁷ Said sa'ad marathon, *Ekonomi Islam Ditengah; Krisis Ekonomi Global* , (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), h. 71.

¹⁸ Sarwono, Analisis Perilaku Konsumen Prespektif Ekonomi Islam, (Jurnal Inovasi Pertanian Vol.8, No. 1, 2009), h. 45-46.

yang dimilikinya dan merasa dirinya cukup, serta mendustakan pahala sehingga tidak mau bersedekah.

Secara implisit persamaan tersebut mengisyaratkan bahwa penggunaan pendapatan tidak hanya untuk yang bersifat duniawi dan individualistis. Tetapi terdapat unsur infak yang pada hakekatnya ialah membantu orang lain. Dengan demikian dalam ekonomi Islam tidak dibenarkan konsumsi yang berlebihan dan individualistis. Sejalan dengan pandangan bahwa ketersediaan sumber daya dalam ekonomi Islam sesungguhnya tidak langka melainkan cukup, maka urutan permasalahan ekonomi tidak seperti dalam pandangan konvensional.

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spiritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang berlebihan dan materialistik. Perilaku konsumen dalam sistem kapitalisme dan sosialisme cenderung didominasi oleh nilai-nilai materialism. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya merupakan kebutuhan materialis dan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spiritualis. Hasilnya, kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa hanya berorientasi pada nilai-nilai materialisme.¹⁹

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual, ataupun material. Sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *mashlahah* sekaligus kepuasan. Namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya

¹⁹ *Ibid*, h. 72.

akan memberikan manfaat semata. Jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja. Dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam tabel berikut:²⁰

Tabel 2.1
Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan²¹

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (Nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Prefensi atau Selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi atau dikendalikan	Dipenuhi

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.²²

Syariah mengharamkan konsumsi atas barang dan jasa yang berdampak negatif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi yang di dalamnya sarat dengan kemudharatan bagi individu dan masyarakat serta ekosistem masyarakat bumi.

²⁰ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h.30.

²¹ *Ibid.*

²² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h.15.

Konsumsi terhadap komoditas dan jasa yang dapat membahayakan kesehatan dan tatanan kehidupan sosial, sangat berdampak bagi kehidupan ekonomi. Komoditas dan jasa yang dikonsumsi seseorang Muslim harus sesuai syariah. Dalam artian, barang dan jasa tersebut masuk dalam kategori *thayyibah* (baik lagi bermanfaat). *Thayyibah* yang dimaksud adalah segala komoditas yang bersifat *hasan* (baik secara syar'i), bersih dan suci. Selain itu rezeki yang didapat pun harus halal lagi baik pula.²³

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.²⁴

Adapun prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam yaitu sebagai berikut:²⁵

1. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, dan daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.

2. Prinsip Kebersihan

Prinsip yang kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah tentang makanan, harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan

²³ Said sa'ad marathon, *Ekonomi Islam*....., h. 80-81.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Muhammad Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Bhakti wakaf, 1997), h. 9-12.

sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

3. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih.

4. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

5. Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.

2.1.5. Etika Pola Konsumsi dalam Islam

1. Tauhid (Unity/Kesatuan)

Dalam prespektif Islam, kegiatan Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt., sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (Syariat). Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Ad-Dzariat/51:56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Artinya: “*Aku tidak menciptakan Jin dan Manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku*”(Q.S Ad-Dzariat/51:56.)²⁶

Dan sesungguhnya Allah tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Nya, dan siapa yang menjalankan perintah-Nya akan dibalas dengan pahala yang sempurna dan siapa yang mendurhakain-Nya akan menerima siksaan yang pedih. Allah tidak membutuhkan apapun dari hamba-Nya, tetapi hamba-hamba-Nyalah yang membutuhkan pertolongan-Nya, karena Dialah pencipta mereka dan pemberi rezki kepada mereka.²⁷

2. Adil (*Equilibrium*/Keadilan)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah swt. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat, sehingga disamping mendapatkankeuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Islam secara tegas menekankan norma perilaku adil baik untuk hal-hal yang

²⁶ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: PT Syamil Cipta Media,2005), h. 523.

²⁷ Victory Agencie, *Terjemah Singkat TAFSIR IBNU KATSIER Jilid 7*, (Kuala Lumpur: Victory Agencie, 2013), h. 350.

bersifat materil maupun spiritual menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat.²⁸

3. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas karunia yang diberikan Allah manusia berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terbebas dari qadha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah.²⁹

4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanah Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhilafahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun diakhirat kelak.³⁰

5. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian,

²⁸ M. Nur Arianto Al Arif dan DR. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 90.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

keindahan, serta menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara materiil maupun spiritual. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Thahaa/20: 81.

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي ۖ وَمَنْ يَحِلِّ عَلَيْهِ
غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ (٨١)

Artinya: “Makanlah dari rezki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Barang siapa ditmpa kemurkaan-Ku maka sungguh, binasalah dia” (Q.S Thahaa/20: 81.)³¹

Maksud dari ayat diatas adalah makanlah dari rezeki yang telah dianugerahkan kepada kalian dan janganlah berlebih-lebihan dalam melakukannya, dimana kalian mengambilnya di luar kebutuhan dan melanggar apa yang telah Aku (Allah) perintahkan kepada kalian, karena Aku (Allah) akan marah kepada kalian. Manusia diperintahkan untuk memakan kelezatan yang Allah telah limpahkan kepada manusia. Namun Allah melarang kita untuk melampaui batas dalam rezki-Nya dengan tidak mensyukurinya dan melanggar syariat-Nya dengan bersikap berlebih, tidak bersyukur dan menggunakannya untuk berbuat maksiat dan menahan hak-hak yang wajib dikeluarkan sehingga akan mendapatkan kemurkaan dan siksaan Allah swt.³²

6. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih lebihan (bermewah-mewahan), yaitu

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media,2005), h. 317.

³² DR, Abdullah Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, (Cet. I; Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2009), h. 173.

membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata. 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 ketikaseseorang dalam keadaan darurat (*emergency*) 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 kedalam pemborosan dan menelantarkan hak-hak yang wajib.

2.1.6. Indikator Pola Konsumsi

Adapun instrumen atau indikator yang digunakan untuk mengukur pola konsumsi maupun untuk melihat seseorang dalam mengkonsumsi tersebut berlebihan atau tidak adalah sebagai berikut:³³

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

³³ M. Nur Arianto Al Arif dan DR. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 87.

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.

3. Israf (berlebihan).

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

2.2. Pendapatan

Salah satu faktor penting lainnya dalam menentukan pola permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah pendapatan masyarakat. Pada umumnya, perubahan yang terjadi terhadap pendapatan akan selalu menimbulkan perubahan permintaan terhadap suatu barang. Secara umum, apabila pendapatan seorang konsumen meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap.³⁴

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).³⁵ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen

³⁴ Muslim Kara, dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Alauddin Pers: 2009), h. 86.

³⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.185.

adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.³⁶

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.³⁷

Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila pendapatan berubah, maka berbagai macam barang dapat dikelompokkan menjadi:³⁸

1. Barang Normal adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan pendapatan.
2. Barang Inferior. Suatu barang dinamakan sebagai barang inferior apabila permintaan terhadap barang tersebut meningkat ketika pendapatan masyarakat lebih rendah dan sebaliknya akan berkurang permintaanya ketika pendapatan meningkat.
3. Barang esensial (pokok) adalah barang yang sangat penting artinya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.
4. Barang mewah. Pada umumnya barang-barang mewah adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat yang berpenghasilan relative tinggi, dimana kelompok konsumen ini telah memenuhi kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan, dan perumahan.

³⁶ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta:Bina Grafika, 2004), h.230.

³⁷ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta:Bina Grafika, 2004), h. 79.

³⁸ Muslimin Kara, dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Alauddin Pers: 2009), h. 86-87.

Menurut BPS (Biro Pusat Statistik) pendapatan dapat menjadi dua bentuk yaitu:³⁹

a. Pendapatan berupa uang

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.

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. Pendapatan berupa uang, meliputi:

1. Gaji dan upah yang diperoleh (kerja pokok, kerja sampingan, dan kerja kadang-kadang).
2. Dari usaha sendiri (Hasil bersih dari usaha sendiri, komisi, dan penjualan dari kerajinan rumah).
3. Dari instansi yaitu pendapatan yang diperoleh dari hak milik rumah.
4. Dari keuntungan sosial yaitu pendapatan yang diperoleh dari kerja sosial.

b. Pendapatan berupa barang

³⁹ BPS dalam *Jurnal Mengenai Pendapatan*, di akses pada tanggal 24 Juni 2019.

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.

1. Bagian pembayaran upah dan gaji yang diwujudkan dalam bentuk transportasi, perumahan, rekreasi, dan lain-lain.
2. Penerimaan uang, meliputi:
 - a. Pengambilan tabungan
 - b. Penagihan hutang
 - c. Pinjaman uang
 - d. Kiriman uang
 - e. Hadiah
 - f. Warisan
 - g. Penjualan barang-barang yang dipakai

2.2.1. Pendapatan Dalam Prespektif Islam

Distribusi pendapatan dalam Islam menduduki posisi yang penting karena pembahasan distribusi pendapatan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi akan tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial dan politik. Dalam Islam telah dianjurkan untuk melaksanakan zakat, infak dan shadaqah dan lain sebagainya. Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata, letak pemerataan

dalam Islam adalah keadilan atas dasar masalah; dimana di antara satu orang dengan orang lain dalam kedudukan sama atau berbeda, mampu atau tidak mampu bisa saling menyantuni, menghargai dan menghormati peran masing-masing.⁴⁰

Dalam pengakuan Islam kepemilikan manusia hanya diberi hak yaitu hanya berwenang untuk memanfaatkan sedangkan pemilik yang hakiki dan absolut hanyalah Allah swt. seperti dalam firman-Nya dalam QS. Al-Baqarah/2: 29.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (٢٩)

Terjemahnya:

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak menciptakan langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit! Dan Dia Maha Mengetahui segala-sesuatu”. (Q.S Al-Baqarah/2:29)⁴¹

Tafsir yang dikemukakan oleh Ahmad Mustafa dari ayat di atas ialah dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan ruhani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya. Hal ini dilakukan jika cara memanfaatkan yang pertama sudah di luar batas kemampuan manusia.

⁴⁰ <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/distribusi-pendapatan-Islam.html>, pada tanggal 24 juni 2019 pukul 17.00.

⁴¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005), h. 6.

Dengan demikian bahwa pada asalnya seluruh makhluk di dunia ini boleh dimanfaatkan.⁴²

Berdasarkan ayat dan tafsir yang di kemukakan oleh Ahmad Mustafa dapat disimpulkan bahwa semua sumber daya alam adalah anugerah dari Allah bagi umat manusia, maka tidak ada alasan kekayaan sumber daya tersebut terkonsentrasi pada beberapa pihak saja. Islam menekankan keadilan distributif dan menerapkan dalam sistem ekonomi program untuk redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan. Dalam Islam semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.⁴³

2.2.2. Hubungan Konsumsi dengan Pendapatan

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Bahkan seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah beras dengan kualitas kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka kualitas beras yang dikonsumsi menjadi lebih baik.⁴⁴

Apabila naiknya pendapatan konsumen, konsumsinya terhadap suatu barang semakin besar, ini dapat diartikan barang itu merupakan barang rekreasi.

⁴² Ahmad Mustofa Al-Maragi, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Juz 1*, (Semarang: PT, Karya Toha Putera, 1987), h.128.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Mahyu Danil. Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada PNS Di Kantor Bupati Kabupaten Bireun *dalam Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Volume IV No 7*, (Universitas Al Muslim, 2013), h. 37.

Sedangkan bila dengan meningkatnya pendapatan konsumen, jumlah suatu barang yang dikonsumsi relatif tetap, maka barang tersebut merupakan barang kebutuhan sehari-hari. Hubungan antara tingkat pendapatan dan jumlah barang yang dikonsumsi ini disebut dengan kurva Engel, sebagai penghormatan terhadap Profesor Ernst Engel yang pertama kali menyatakan hubungan tersebut.⁴⁵

Pendapatan memiliki hubungan yang positif terhadap barang normal, sedangkan barang inferior memiliki hubungan yang negatif terhadap pendapatan. Pada pendapatan yang lebih rendah, berarti kita memiliki lebih sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga kita akan mengurangi pembelanjaan terhadap barang tertentu. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang itu disebut barang normal. Jika permintaan suatu barang bertambah ketika pendapatan berkurang, barang itu disebut barang inferior. Contoh barang inferior adalah karcis bus kota. Saat pendapatan menurun, kemungkinan besar kita tidak naik taksi, melainkan naik bus kota.⁴⁶

Sadono Sukirno mengemukakan ciri-ciri khas dari hubungan di antara pengeluaran konsumsi dan pendapatan *disposable* yaitu sebagai berikut:⁴⁷

- 1) Pada pendapatan yang rendah rumah tangga mengorek tabungan. Pada waktu rumah tangga tidak memperoleh pendapatan, yaitu pendapatan disposabel adalah nol, maka rumah tangga harus menggunakan harta atau tabungan masa lalu untuk membiayai pengeluaran konsumsinya.

⁴⁵ Suparmoko, *Ekonomi Public Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah (edisi 1)*, (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 241.

⁴⁶ N Gregory Mankiw, *Makro Ekonomi Terjemahan Imam Fitria Liza*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 83.

⁴⁷ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta: Rajawali, 2011), h. 109.

- 2) Kenaikan pendapatan menaikkan pengeluaran konsumsi. Biasanya penambahan pendapatan adalah lebih tinggi daripada penambahan konsumsi. Sisa penambahan pendapatan tersebut ditabung.
- 3) Pada pendapatan yang tinggi rumah tangga menabung. Disebabkan penambahan pendapatan selalu lebih besar dari penambahan konsumsi maka pada akhirnya rumah tangga tidak “mengorek tabungan” lagi. Ia akan mampu menabung sebagian dari pendapatannya.

2.2.3. Indikator Pendapatan

Adapun yang menjadi indikator atau alat ukur dalam pendapatan adalah:⁴⁸

1. Literasi keuangan/pemanfaatan. Literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dengan semua sumber daya keuangan mereka.
2. Penghasilan. Penghasilan atau pendapatan adalah suatu tambahan ekonomis seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.3. Gaya Hidup

2.3.1. Pengertian Gaya Hidup

Pengertian Gaya Hidup menurut menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang

⁴⁸ 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.

penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).⁴⁹

Gaya hidup didefinisikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.⁵⁰

Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Kepribadian lebih merujuk pada karakteristik internal. Meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu, keduanya terkait erat. Misalnya konsumen yang memiliki karakteristik berani mengambil resiko mungkin akan memilih aktivitas yang spekulatif seperti berspekulasi di pasar modal, mendaki gunung, atau lainnya, yang ini sangat tidak mungkin dilakukan oleh konsumen yang kurang berani menerima resiko.⁵¹

Mowen dan Minor mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan:⁵²

⁴⁹ Amstrong, Gary dan Kotler diterjemahkan oleh Oetarevia , *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 192.

⁵⁰ John C. Mowen dan Michael Minor diterjemahkan oleh Lina Salim, *Perilaku Konsumen Jilid 1 edisi ke 5*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 282.

⁵¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

⁵² Silvy L. Mandey. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi Vol.6. No.1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 94.

- 1) Aktivitas, yaitu meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
- 2) Interest (minat), yaitu memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen.
- 3) Opini, yaitu menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral ekonomi, dan sosial.

2.3.2. Kriteria Gaya Hidup Berdasarkan Pengelompokan Manusia

Para Sarjana Muslim mengelompokkan manusia menjadi tiga kelompok:⁵³

1. Materialistis (*Dahriyyin*) adalah mereka yang hidup hanya untuk dunia dan kesenangan, berperilaku materialis dan tidak mempercayai adanya akhirat dimana nantinya akan dimintai pertanggung jawaban.
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.

2.3.3. Faktor-faktor Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Konsumsi

Adapun faktor-faktor pengaruh gaya hidup terhadap konsumsi yaitu:⁵⁴

⁵³Indra 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.

a. 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.

b. Pengalaman

Pengalaman seorang konsumen maupun pengalaman yang dibuat sedemikian baik untuk brand suatu produk sangat mampu meningkatkan minat beli konsumen.

c. Ekonomi

Tingkat ekonomi seseorang juga menjadi faktor yang menentukan gaya hidup seseorang demi sebuah ambisi untuk memiliki produk dengan brand image yang bagus.

d. Lingkungan

Keluarga dan kerabat cukup mempengaruhi suatu keputusan membeli dan mengkonsumsi produk dengan brand image sebagai acuannya.

e. Kebutuhan

Bagi gaya hidup kalangan menengah keatas kebutuhan adalah yang paling terakhir untuk menjadi alasan konsumen membeli suatu produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image

⁵⁴ Hasnirah, *Skripsi “ Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, (Makassar: UIN Alauddin, 2017), h. 38-39.

yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.

2.3.4. Gaya Hidup Dalam Prespektif Islam

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.⁵⁵ Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am/6: 32.

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ ۖ وَاللَّدَارُ الْآخِرَةُ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ ۗ أَفَلَا تَعْقِلُونَ (۳۲)

Terjemahnya:

“Dan kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan senda gurau. Sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?” (Q.S. Al-An'am/6:32).⁵⁶

Tafsir dari ayat di atas ialah 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

⁵⁵ *Ibid.* h. 39.

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005), h. 132.

kekal. Janganlah orang terpedaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari memperhatikan urusan akhirat.⁵⁷

2.3.5. Indikator Gaya Hidup

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 Activities, Interest, Opinion (AIO). Dimana AIO terdiri dari:⁵⁸

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 bertingkah 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 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)

⁵⁷ Dr. Himah Basyir et.al, *Tafsir Al-Muyassar*, (Penerbit: An-Naba', Jl. Kahar Muzakir I, no.1, Semanggi, Solo: 2011), h. 522.

⁵⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 67.

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.

2.4. Budaya

Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen.⁵⁹

Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.⁶⁰

Budaya di setiap negara berbeda-beda, semakin kuat budaya bangsa yang dipegang oleh seseorang maka semakin sulit untuk mengubahnya, atau semakin sedikit pengaruh budaya pada konsumen maka semakin besar keputusan penggunaan produk ataupun jasa. Faktor budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan

⁵⁹ Dian Puspitarini, *Skripsi "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza"*, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), h.28.

⁶⁰ Indah Haryani, Jhon Herwanto. "Hubungan konfirmasi dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa" dalam *Jurnal Psikologi*, Vol.11, No.1, Juni 2015, h. 5-6.

kebiasaan seseorang. Budaya memiliki lima dimensi yang diekspresikan dalam perilaku komunitasnya, yaitu:⁶¹

- 1) Dimensi Materialistik. Dimensi ini menentukan materi atau teknologi yang dibutuhkan seseorang untuk mengupayakan kehidupan.
- 2) Dimensi institusi sosial. Adanya keguyuban dalam keluarga, adanya kelas sosial dan bagaimana orang menjadi konsumen yang baik, semua itu merupakan dimensi institusi sosial dan budayanya.
- 3) Dimensi hubungan antara manusia dengan alam semesta. Termasuk dalam dimensi ini adalah sistem keyakinan, agama, dan nilai-nilai. Misalnya nilai-nilai pernikahan di negara barat beda dengan Negara timur.
- 4) Dimensi estetik. Termasuk dalam dimensi ini adalah kesenian tulis dan bentuk (ukir, pahat), kesenian rakyat, musik, drama dan tari.
- 5) Bahasa. Termasuk di dalamnya adalah bahasa verbal dan non verbal, yang merupakan sarana yang efektif dalam komunikasi pemasaran.

2.4.1. Indikator Budaya

Adapun yang menjadi indikator atau alat ukur dalam budaya dalam penelitian ini adalah:

1. Pergeseran budaya adalah masuknya budaya baru dalam suatu lingkungan, budaya baru yang dimaksud bukan hanya dibawa

⁶¹ Philip Kotler diterjemahkan oleh Yati Sumiharti, *Manajemen Pemasaran Edisi V Jilid I*, (Jakarta:Erlangga,1990), h. 180.

teknologi komunikasi, melainkan juga dihasilkan dari perubahan keyakinan yang kontras dengan budaya sebelumnya.⁶²

2. Wilayah geografis

Wilayah geografis adalah letak atau lokasi suatu tempat yang sangat berpengaruh pada kebiasaan hidup suatu masyarakat.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.⁶³

Tabel 2.2
Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator
Pendapatan (X_1)	1. Penghasilan(gaji) 2. Pemanfaatan/Penggunaan
Gaya Hidup (X_2)	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini
Budaya (X_3)	1. Pergeseran Budaya 2. Wilayah Geografis 3. Kelas Sosial
Pola Konsumsi (Y)	1. Bakhil 2. Wajar 3. Israf

2.5. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian yang lebih akurat sebagaimana yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka diperlukan karya-karya pendukung yang memiliki relevansi terhadap tema yang dikaji dan untuk

⁶² Babul Bahrudin, Masrukhi Dan Hamdan Tri Atmaja, “Pergeseran Budaya Lokal Remaja Suku Tengger di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang” dalam *JESS 6 (1) (2017)*, (Universitas Negeri Semarang: 2017), h.20.

⁶³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, (Jakarta:PT. Indeks, 2005), h. 203.

memastikan tidak adanya kesamaan dengan penelitian-penelitian yang telah ada, maka di bawah ini penulis paparkan beberapa kajian pustaka yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian penulis. Di antaranya sebagai berikut :

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dwi Mutia (2018) ⁶⁴	Analisis pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan dikumpulkan data melalui kuesioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi Perbankan Syariah, ditunjukkan dengan nilai koefisien uang saku (X1) 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 mahasiswi Perbankan Syariah, ditunjukkan dengan nilai koefisien gaya hidup (X2) bertanda positif yaitu 4.389 dan p-value kurang dari tingkat signifikansi (0.000 < 0.05). (3) Uang

⁶⁴ Dwi mutia, *Skripsi “ Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, (Langsa: IAIN Langsa, 2018).*

				saku dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswi 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 yang tidak diteliti.
2.	Hasnira (2017) ⁶⁵	Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Wahdah Islamiyah Makasar	Kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda dgn sampel 100 orang masyarakat Wahdah Islamiyah Makasar	Pengaruh pendapatan paling dominan terhadap konsumsi masyarakat wahdah Islamiyah makasar. Dari hasil koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa variable bebas (pendapatan dan gaya hidup)

⁶⁵ Hasnirah, *Skripsi “ Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, (Makassar: UIN Alauddin, 2017).

				memiliki hubungan yang erat dengan variabel yang terkait (konsumsi masyarakat) sedangkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan adanya pengaruh yang besar antara variabel bebas dan terkait.
3.	Lilis Oktaviani (2017) ⁶⁶	Pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumsi (studi pada ibu rumah tangga di kp. Nyatuh kecamatan baros serang)	Kuantitatif dgn analisis regresi sederhana dengan 100 orang ibu rumah tangga	Variabel dependen (perilaku konsumsi) sebesar 0.590 yang artinya tingkat pendapatan rumah tangga mempunyai hubungan sedang terhadap perilaku konsumsi. dan hasil koefisien determinasi R square sebesar 0.485, artinya persentase pengaruh variabel tingkat pendapatan rumah tangga terhadap perilaku konsumsi sebesar 48,5%.
4.	Putu Hendri (2016) ⁶⁷	Pengaruh gaya hidup, kelompok acuan dan uang saku terhadap pola konsumsi	Kuantitatif, dengan analisis regresi berganda dengan sampel 100 orang mahasiswi	Variabel gaya hidup tidak berpengaruh karena saat waktu pengambilan data

⁶⁶ Lilis Oktaviani, *Skripsi "Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Kp. Nyatuh Kecamatan Baros Serang"* (Banten: UIN Banten, 2017).

⁶⁷ Putu Hendry, *Skripsi "Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Dalam Menggunakan Jasa Salon Dikota Yogyakarta"* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2016).

		mahasiswi dalam menggunakan jasa salon dikota Yogyakarta		berdekatan dengan persiapan ujian, sehingga hal tsb bisa menjadi factor yang menyebabkan mahasiswi lebih fokus untuk belajar dari pada kesalon.
5.	Lia Indriani (2015) ⁶⁸	Pengaruh pendapatan, gaya hidup, jenis kelamin, terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Penelitian ini termasuk jenis penelitian ex-post facto dan asosiatif kausal. populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta angkatan 2012-2014. dengan menggunakan teknik pengambilan sampel proportionate stratified random sampling, diambil sampel sejumlah 286 mahasiswa, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan juga analisis inferensial, pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, ditunjukkan dengan nilai koefisien pendapatan (b1) bertanda positif yaitu sebesar 0,677 dan p-value kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, ditunjukkan dengan nilai koefisien gaya hidup (b2) bertanda positif yaitu sebesar 2823,342 dan p-value kurang dari tingkat signifikansi ($0,0015 < 0,05$). (3) jenis kelamin

⁶⁸ Lia Indriani, *Skripsi "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Jenis Kelamin, Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta"* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).

				berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, ditunjukkan dengan nilai koefisien jenis kelamin (b3) bertanda negatif yaitu sebesar – 55447,670 dan p-value kurang dari tingkat signifikansi ($0,024 < 0,05$). (4) pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, ditunjukkan dengan prob f kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$).
6.	Dian Puspitarini (2013) ⁶⁹	Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi Pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta)	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua pengunjung dan pembeli produk pizza di restoran Pizza hut cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Faktor kebudayaan berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,218, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,589 > 1,984$), dan

⁶⁹ Dian Puspitarini, Skripsi “Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza Studi Pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta”, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

			<p>metode purposive sampling pada bulan September-Oktober 2012. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda.</p>	<p>nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$; (2) Faktor sosial berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar $0,307$, nilai t hitung lebih besar t tabel ($4,076 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (3) Faktor pribadi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar $0,227$, nilai t hitung $> t$ tabel ($5,352 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (4) Faktor psikologi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar $0,266$, nilai t hitung $> t$ tabel ($3,630 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (5)</p>
--	--	--	--	---

				<p>Faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($72,008 > 2,46$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.</p>
--	--	--	--	---

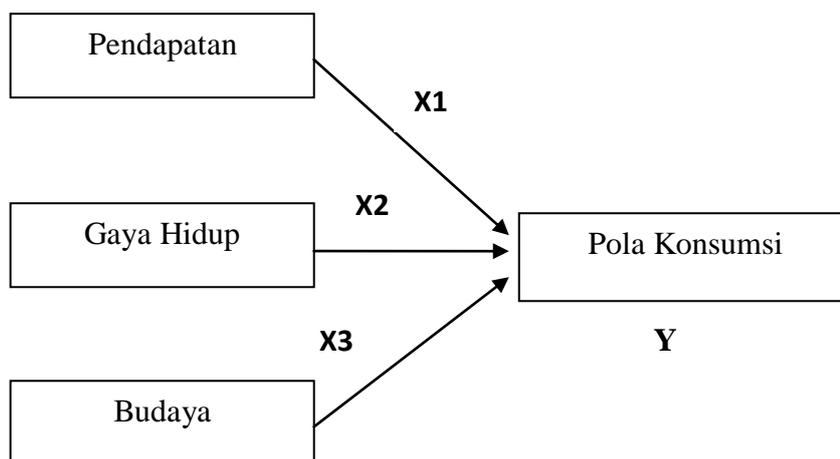
Persamaan dan Perbedaan penelitian ini dengan 6 penelitian diatas yaitu:

1. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 1(satu) variable yakni gaya hidup (X_2). Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki variable yang lebih lengkap yakni terdapat 3 variabel independen; pendapatan (X_1), gaya hidup (X_2), dan budaya (X_3) yang mana bisa lebih memperkuat hasil penelitian.
2. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 2(dua) variable yakni pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2) serta sama sama meneliti pola konsumsi masyarakat. Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adanya satu variable yang berbeda yakni budaya (X_3).
3. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 1(satu) variable yakni pendapatan (X_1). Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan objek yang dituju pun berbeda.

4. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 1 (satu) variabel yakni gaya hidup (X_2). Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu lebih lengkapnya variable independen yang ingin diteliti oleh si peneliti.
5. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 2 (dua) variabel yakni pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2). Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari jenis penelitiannya dimana penelitian ini jenis penelitian deskriptif kuantitatif.
6. Terdapat persamaan dari sisi variabel independen yang diteliti yaitu 1 (satu) variabel yakni budaya (X_3) serta sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu berbedanya objek yang akan diteliti oleh si penulis.

2.6. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



2.7. Hipotesa Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁷⁰

Hipotesis berkaitan dengan teori. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori. Dengan kata lain, jika teori menyatakan bahwa A berpengaruh terhadap B, maka hipotesis adalah sesuai dengan apa yang dikatakan teori tersebut, yakni A berpengaruh terhadap B. Jawaban sesungguhnya hanya baru

⁷⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 76.

akan ditemukan apabila penelitian telah melakukan pengumpulan data dan analisis data penelitian.⁷¹

H₀₁ :Pendapatan tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a1} :Pendapatan berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H₀₂ :Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a2} :Gaya hidup berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H₀₃ :Budaya tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a3} :Budaya berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H₀ :Pendapatan, gaya hidup, dan budaya tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_a :Pendapatan, gaya hidup, dan budaya berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

⁷¹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Medan: Perdana Mulya Saran, 2013), h.45.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin di ketahui.⁷²

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut bukan dari populasi secara keseluruhan, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributive dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis, ekonomi, politik, maupun psikologis.⁷³

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Gampong Gedubang Jawa, Kecamatan Langsa Baro. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2019- Februari 2020.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian.⁷⁴ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas

⁷² Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Malang: UIN Malang Press, cet 1, 2008), h. 149.

⁷³ Agung Putu Agung , *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), h. 3.

⁷⁴ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 50.

objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁵

Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat gampong Gedubang Jawa di Kota Langsa. Dimana dari keseluruhan masyarakatnya berjumlah 3.175 orang dari 891 kartu keluarga.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah wakil-wakil dari populasi.⁷⁶ Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁷⁷

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana tidak semua anggota atau elemen populasi berpeluang sama untuk dijadikan sampel.⁷⁸

Selain itu juga dilakukan pengambilan sampel secara “*purposive sampling*” yaitu teknik memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan tertentu, baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah. Berbeda dengan *accidental sampling*, teknik ini memberikan persyaratan yang cukup ketat agar

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 117.

⁷⁶ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 50.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*,.....h. 118.

⁷⁸ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 52.

sample yang dipilih sesuai dengan karakteristik yang dikehendaki dalam analisis.⁷⁹

Dalam penelitian ini, sampel yang ditentukan berjumlah 50 orang responden yang memenuhi syarat-syarat sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Masyarakat berpendapatan cukup dan bergaya hidup tinggi.
2. Masyarakat berpendapatan kurang dan bergaya hidup tinggi.
3. Masyarakat berpendapatan cukup dan bergaya hidup tinggi namun berhutang.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian dengan metode survei. Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dua bagian yaitu:⁸⁰

1. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh penulis sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya seperti, wawancara, angket dan pengamatan atau observasi. Data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden masyarakat Gampong Gedubang Jawa.
2. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi oleh pihak lain. Seperti data yang dikumpulkan melalui literatur, dokumen, skripsi, tesis, jurnal, buku-buku yang berkaitan dengan

⁷⁹ *Ibid*, h. 58

⁸⁰ *Ibid*, h. 66.

ekonomi atau data-data lain yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai bahan referensi.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa, keterangan, dan karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa teknik yaitu:

1. Angket (kuestioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket merupakan pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur atau apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸¹ Hasil dari kuesioner yang terkumpul, kemudian dijadikan bahan untuk dianalisa secara kuantitatif. Pengukuran dari pernyataan/pertanyaan kuesioner yang telah dijawab oleh responden menggunakan skala likert.

Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.⁸²

Dalam hal ini responden menanggapi lima(5) alternatif jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju

⁸¹ Agung Putu Agung , *Metodologi Penelitian Bisnis*....., h. 63.

⁸² *Ibid*, h. 45.

(STS) terhadap pertanyaan mengenai item pada variabel bebas dan variabel terikat.

Adapun skor tiap jawaban dari setiap item pertanyaan atau pernyataan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Kuesioner

Keterangan (pilihan)	Score
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Observasi (pengamatan)

Observasi (*observation*) merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya.⁸³

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi itu tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.⁸⁴

Observasi dalam penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan langsung aktivitas dan kegiatan masyarakat sehari-harinya.

⁸³Jugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2007), h.89-90.

⁸⁴ Agung Putu Agung , *Metodologi Penelitian Bisnis*....., h. 64.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan taraf penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendefinisikan siapa yang terlibat di dalam suatu kegiatan, apa yang dilakukan, kapan dilakukan, dimana dan bagaimana melakukannya.⁸⁵

Metode ini merupakan bentuk penelitian yang berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek yang diteliti dengan menggabungkan hubungan antara variable Independen dan Variabel Dependen yang ada di dalamnya. Kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur yang berhubungan dengan perilaku konsumen.⁸⁶

3.6.2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data-data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur.⁸⁷

Berdasarkan taraf signifikan 5% dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20,0. Suatu pengujian dikatakan valid atau shahih apabila:⁸⁸

1. Jika r hasil positif, setara r hasil $>$ r tabel, maka variabel valid.
2. Jika r hasil negatif, setara r hasil $<$ r tabel, maka variabel tidak valid.

⁸⁵ Jugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*....., h. 12.

⁸⁶ Hasnirah, *Pengaruh Pendapatan*..... h. 42.

⁸⁷ Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*....., h. 48.

⁸⁸ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta : PT. Elex Media Computindo, 2000), h. 277.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, keakuratan sebuah instrument. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.⁸⁹

Kriteria reliabel/tidak reliabel jika:⁹⁰

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) $< 0,6$ maka instrumen tidak reliabilitas dan tidak terpercaya.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.⁹¹

b. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi 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

⁸⁹ Agung Putu Agung , *Metodologi Penelitian Bisnis*....., h. 51.

⁹⁰ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 148.

⁹¹ *Ibid*, h.169.

signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari α yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis berbentuk linear.⁹²

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen.⁹³

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 (lulus uji multikolinearitas).⁹⁴

d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.⁹⁵

Dasar pengambilan keputusannya adalah jika suatu pola tertentu, seperti titik-titik (poin-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁹⁶

⁹² Santoso, *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2010), h. 213.

⁹³ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 170.

⁹⁴ Santoso, *Statistik Multivariat Konsep*....., h. 106.

⁹⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*....., h. 171.

⁹⁶ *Ibid.*

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.⁹⁷

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W) yaitu sebagai berikut:⁹⁸

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

3.6.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.⁹⁹ Maka persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pola konsumsi

α = Konstanta

b = Koefisien korelasi ganda

⁹⁷ *Ibid*, h.173.

⁹⁸ *Ibid*.

⁹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 149.

- x_1 = Pendapatan
- x_2 = Gaya hidup
- x_3 = Budaya
- e = Standard Error

3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas.¹⁰⁰ Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, karena jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya amat terbatas.¹⁰¹

3.6.6. 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.¹⁰²

¹⁰⁰ *Ibid*, h. 174.

¹⁰¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011), h. 97.

¹⁰² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 82.

a. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹⁰³

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:¹⁰⁴

1. Tolak H_0 jika nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0.05 ($\text{Sig.} \leq \alpha_{0.05}$)
2. Terima H_0 jika nilai probabilitas $>$ taraf signifikan sebesar 0.05 ($\text{Sig.} > \alpha_{0.05}$)

b. Uji F

Uji F dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel Y dan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.¹⁰⁵

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:¹⁰⁶

1. Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{Sig.} \leq \alpha_{0.05}$).
2. Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{Sig.} > \alpha_{0.05}$).

¹⁰³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011), h. 89.

¹⁰⁴ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*..... h. 176.

¹⁰⁵ Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 38.

¹⁰⁶ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*..... h. 175.

3.6.7. Definisi Operasional

Terdapat beberapa penjelasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pendapatan

Pendapatan adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Dengan kata lain, pendapatan merupakan jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup atau *lifestyle* adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambing-lambang sosial yang mereka miliki.

3. Budaya

Budaya adalah cara hidup yang terdapat pada sekelompok manusia, yang berkembang dan diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi berikutnya. Budaya juga merupakan suatu pola hidup yang tumbuh dan berkembang pada sekelompok manusia yang mengatur agar setiap individu mengerti apa yang harus dilakukan, dan untuk mengatur tingkah laku manusia dalam berinteraksi dengan manusia lainnya.

4. Pola Konsumsi

Pola konsumsi adalah susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya. Pola konsumsi juga merupakan perilaku konsumen dalam melakukan suatu tindakan atau aktivitas yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menggunakan dan menghabiskan barang-barang dan jasa, termasuk juga proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakannya.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Gampong Geudubang Jawa

4.1.1 Asal Usul Gampong

Nama Gampong Geudubang Jawa terdiri atas dua suku kata, yaitu menurut keterangan dari narasumber dan pelaku sejarah memang asli penduduk gampong Geudubang Jawa, bahwa kata “Geudubang” bermakna Sejenis Ikan, dan kata “Jawa” bermakna Suku Jawa. Gampong Geudubang Jawa pada awalnya adalah kawasan areal hutan. Jauh sebelum kemerdekaan RI atau pada masa penjajahan jepang, sekitar tahun 1942 areal hutan mulai digarap oleh beberapa kepala keluarga berstatus karyawan PPN. Setahun kemudian akhirnya areal yang tadinya hutan belukar berubah menjadi perkampungan dan perladangan. Awal kata Geudubang Jawa diambil dari nama sejenis ikan yang cukup banyak terdapat di dalam sungai yang mengelilingi perkampungan, dan kata Jawa adalah menunjukkan suku bangsa yang mula – mula menetap pada masa itu di Gampong Tersebut.

4.1.2 Sejarah Kepemerintahan Gampong

Berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan oleh tim perencanaan Gampong, dengan mengacu kepada narasumber yang masih ada di Gampong, maka sejarah pemerintahan Gampong Geudubang Jawa yang dapat ditelusuri yakni sebagai berikut:

- a. Geuchik Jasmin (tahun 1945-1950)
- b. Geuchik Marto (tahun 1950-1960)

- c. Geuchik Zainun (tahun 1960-1970)
- d. Geuchik Nuriman (tahun 1970-1976)
- e. Geuchik Madroib (tahun 1976-1991)
- f. Geuchik Taleb (tahun 1991-1998)
- g. Geuchik Sanusi Usman (tahun 1998-2003)
- h. Geuchik Drs. Ismail (tahun 2003-2006)
- i. Geuchik Lisputra (tahun 2006-2012)
- j. Geuchik Zulkarnain, ST (tahun 2012-2018)
- k. Geuchik Syafrial Anwar (tahun 2018-sekarang)

4.1.3 Keadaan Fisik atau Geografis Gampong

Gampong Geudubang Jawa merupakan wilayah Gampong dalam Kecamatan Langsa Baro dalam pemerintahan Kota Langsa Provinsi Aceh dengan luas wilayahnya: $\pm 5.40\text{KM}^2$, yang dibagi menjadi 4 (empat) Dusun, yaitu:

- a. Dusun Seulanga
- b. Dusun Bahagia
- c. Dusun Cendana
- d. Dusun Damai

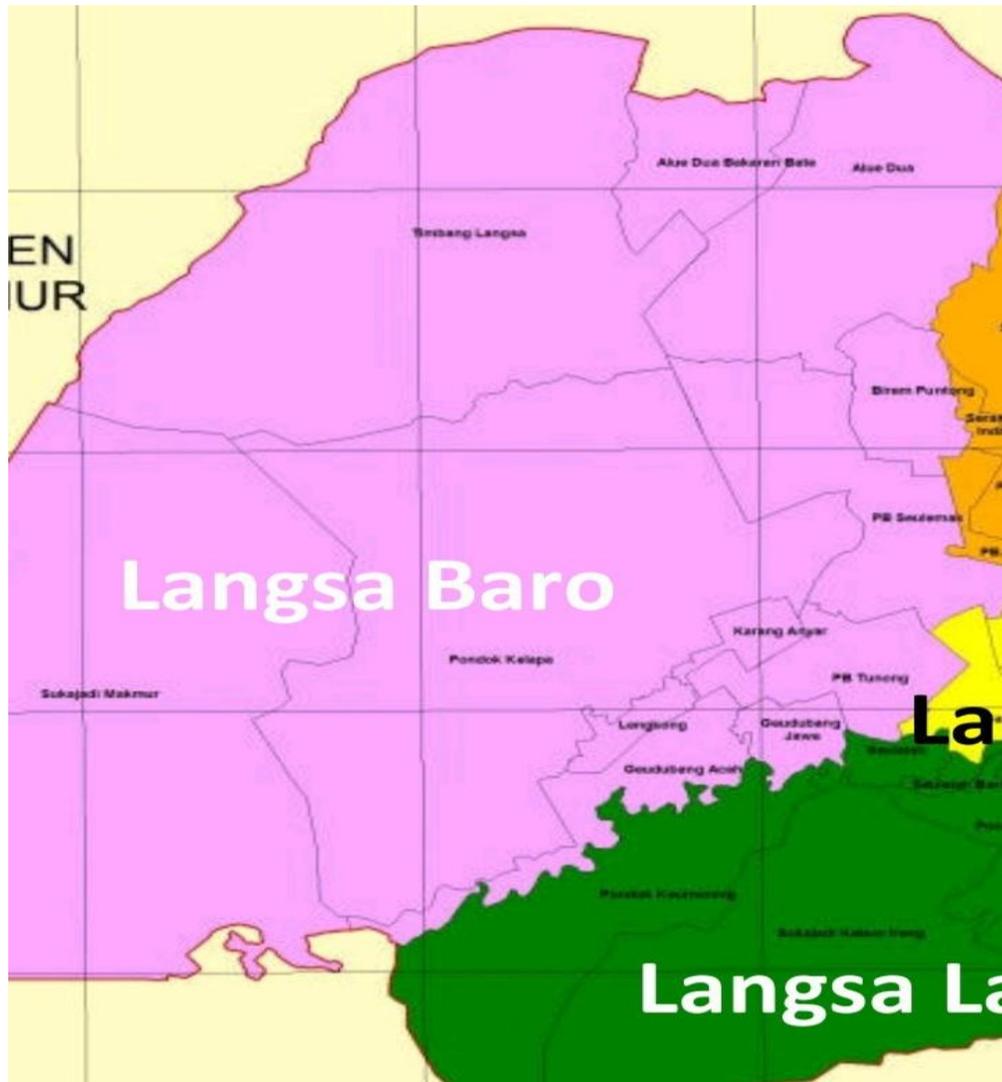
Wilayah Gampong Geudubang Jawa terletak pada posisi sebelah Barat Kota Langsa, dengan perbatasan wilayahnya sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Dengan Gampong Payabujuk Tunong
- Sebelah Selatan : Dengan Gampong Seulalah
- Sebelah Barat : Dengan Gampong Geudubang Aceh

➤ Sebelah Timur : Dengan Gampong PayabujukTunong

Gambar 4.1¹

Wilayah Geografis Gampong Geudubang Jawa



¹ BPS Kota Langsa, *Kota Langsa Dalam Angka.....*, h.6.

4.1.4 Kondisi Pemerintah Gampong

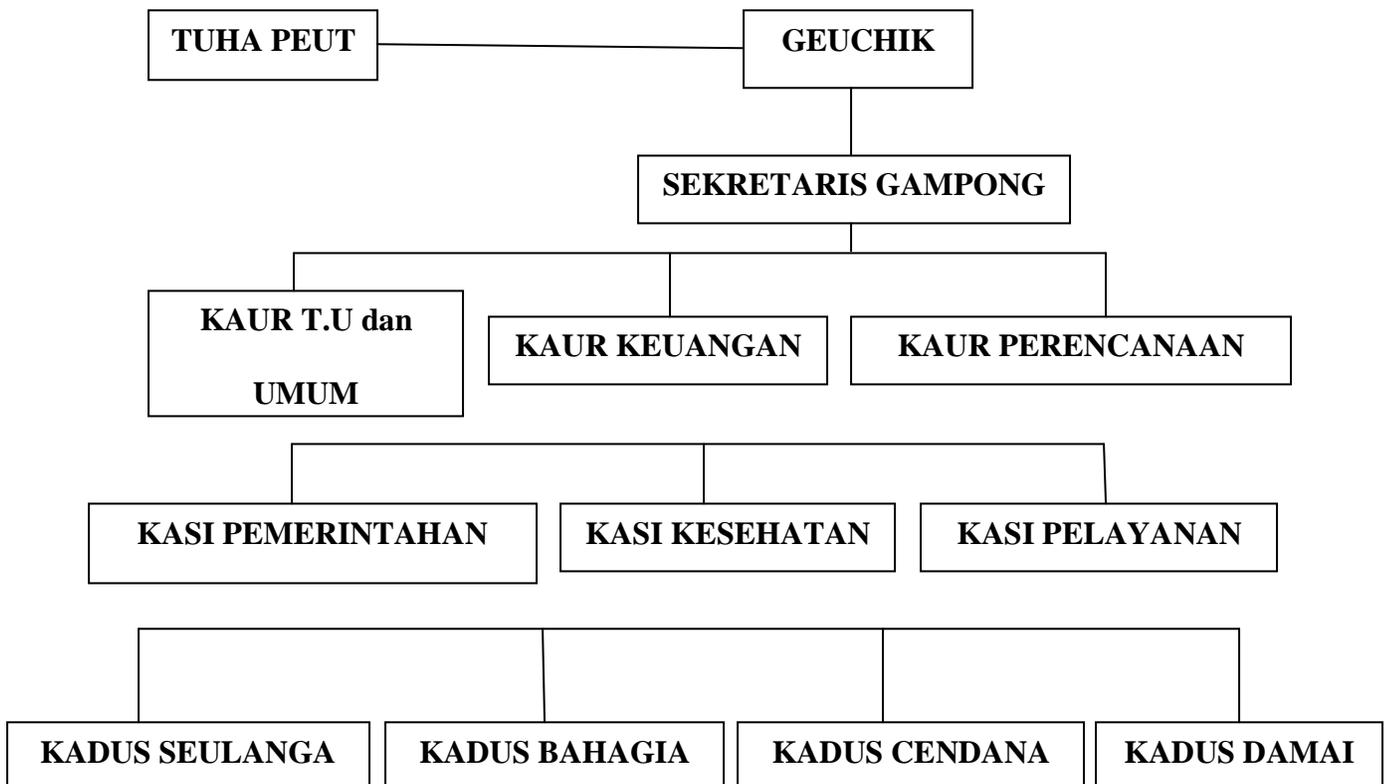
Pemerintah Gampong adalah Pemerintah terkecil di pimpin oleh Geuchik, dan perangkat Gampong sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Gampong dan Tuha Peut adalah lembaga perwakilan masyarakat Gampong sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Gampong.

Salah satu tugas pokok dan fungsi Pemerintah Gampong adalah memberikan pelayanan publik (masyarakat) melalui penyelenggaraan roda Pemerintahan yang baik. Saat ini di Gampong Geudubang Jawa terdapat unsur Pemerintah Gampong terdiri dari Sekretaris Gampong dan sejumlah Kepala Urusan antara lain: Kepala urusan Pemerintahan, Kepala Urusan Pembangunan, Kepala Urusan Kesejahteraan Rakyat dan keistimewaan, Kepala urusan Keuangan dan Kepala urusan dibidang umum.

4.1.5 Struktur Organisasi Pemerintahan Gampong Geudubang Jawa

Struktur pemerintahan organisasi Gampong Gedubang Jawa dipimpin oleh seorang Kepala Desa yang lebih dikenal dengan sebutan Geuchik. Kemudian Geuchik dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh beberapa Staf yaitu Sekretaris Gampong, KASI, KAUR dan KADUS. Untuk urusan keagamaan dipimpin oleh Tgk. Imam (Imam Gampong) yang dibantu oleh Imam Dusun (Imdus). Adapun struktur organisasi pemerintahan Gp. Gedubang Jawa adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Pemerintahan Gampong Jawa



4.2 Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner kepada masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa sebanyak 50 kuesioner. Setiap kuesioner diberikan kepada responden dan diharapkan agar responden dapat mengisi pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Dari 50 kuesioner yang telah disebar, seluruhnya dapat diolah menjadi data yang berguna bagi penelitian ini.

Kuesioner yang dibagikan kepada responden, dengan distribusi penyebaran disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Penyebaran Kuesioner

Lokasi Penelitian	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali
Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa	50 Kuesioner	50 Kuesioner
Total Responden	50	50

Sumber: data primer yang diolah, 2020

4.2.1 Karakteristik Responden

A. Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PRIA	20	40.0	40.0	40.0
WANITA	30	60.0	60.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.2 dapat dilihat dari jenis kelamin para responden, laki-laki berjumlah 20 orang responden atau sekitar 40% dan wanita berjumlah 30 orang responden atau 60%, yang di mana artinya sebagian besar responden berjenis kelamin wanita berjumlah 30 orang responden atau sekitar 60% dari total 50 responden keseluruhan.

B. Responden Menurut Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	5	10.0	10.0	10.0
	20-30	16	32.0	32.0	42.0
	31-40	15	30.0	30.0	72.0
	>40	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.3 dapat dilihat dari segi usia, terdapat 5 orang responden berada pada kisaran usia di bawah 20 tahun atau sekitar 10%, dan terdapat 16 orang responden berada pada kisaran usia 20-30 tahun atau sekitar 32%. Terdapat 15 orang responden berada pada kisaran usia 31-40 tahun atau sekitar 30% dan terdapat 14 orang responden berada pada kisaran usia di atas 40 tahun atau sekitar 28%, yang di mana artinya sebagian besar responden berusia 20-30 tahun yang berjumlah 16 orang responden atau sekitar 32% dari total 50 responden keseluruhan.

C. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAHASISWA/PELAJAR	7	14.0	14.0	14.0

PEGAWAI NEGERI	4	8.0	8.0	22.0
PEGAWAI SWASTA	5	10.0	10.0	32.0
WIRASWASTA	4	8.0	8.0	40.0
IBU RUMAH TANGGA	12	24.0	24.0	64.0
LAINNYA	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.4 dapat dilihat dari segi pekerjaan responden, terdapat 7 orang responden yang masih tergolong pelajar/mahasiswa atau sekitar 14%, 4 orang responden bekerja sebagai pegawai negeri atau sekitar 8%. Terdapat 5 orang responden berkerja sebagai pegawai swasta atau sekitar 10%, 4 orang responden bekerja sebagai wiraswasta atau sekitar 8%. Terdapat 12 orang responden bekerja sebagai ibu rumah tangga atau sekitar 24% dan terdapat 18 orang responden yang berkerja dengan profesi lainnya atau sekitar 36%, yang mana artinya sebagian besar responden bekerja sebagai profesi lainnya yang berjumlah 18 orang responden atau sekitar 36% dari total 50 responden keseluruhan.

D. Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

PENDIDIKAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	6.0	6.0	6.0
	SMP	8	16.0	16.0	22.0
	SMA	27	54.0	54.0	76.0

SARJANA/DIPLOMA	12	24.0	24.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.5 dilihat dari segi tingkat pendidikan terakhir responden, terdapat 3 orang responden yang memiliki pendidikan terakhir SD atau sekitar 6%. Kemudian dari tingkat pendidikan SMP, terdapat 8 orang responden atau sekitar 16%. Pada tingkat pendidikan terakhir SMA, terdapat 27 orang responden atau sekitar 54% dan pada tingkat pendidikan terakhir diploma atau sarjana, terdapat 12 orang responden atau sekitar 24%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA, yang berjumlah 27 orang responden atau sekitar 54% dari total 50 responden keseluruhan.

E. Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

		PENDAPATAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	20	40.0	40.0	40.0
	1.000.000-3.000.000	19	38.0	38.0	78.0
	3.000.000-5.000.000	10	20.0	20.0	98.0
	>5.000.000	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.6 dilihat dari segi pendapatan responden selama sebulan, terdapat 20 orang responden yang memiliki pendapatan perbulan berjumlah < Rp.1.000.000 atau sekitar 40%. Kemudian terdapat 19 orang responden yang memiliki pendapatan perbulan berjumlah Rp.1.000.000- Rp.3.000.000 atau sekitar 38%. Terdapat 10 orang responden yang memiliki pendapatan perbulan berjumlah Rp.3.000.000- Rp.5.000.000 atau sekitar 20%. Dan terdapat 1 orang responden yang memiliki pendapatan perbulan > Rp.5.000.000 atau sekitar 2%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan perbulan berjumlah < Rp.1.000.000 atau sekitar 40% dari total 50 responden keseluruhan.

4.3 Uji Prasyarat Analisis

4.3.1 Uji Validitas Data Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya atau dapat juga diartikan pengukuran valid atau tidaknya suatu kuesioner.² Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas kuesioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi Pearson Product-Moment, yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi dengan nilai kritis rtabel. Berdasarkan taraf signifikan 5% dengan menggunakan bantuan komputer program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Suatu pengujian dikatakan valid atau shahih apabila:

² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 170

- 1) Jika r hasil positif, setara r hasil $>$ r tabel, maka variabel valid.
- 2) Jika r hasil negatif, setara r hasil $<$ r tabel, maka variabel tidak valid. Dengan menggunakan $N = 50$ didapatkan r tabel = 0,279. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Pendapatan (X₁)			
X1.1	0,847	0,279	Valid
X1.2	0,471	0,279	Valid
Gaya Hidup (X₂)			
X2.3	0,552	0,279	Valid
X2.4	0,654	0,279	Valid
X2.5	0,538	0,279	Valid
X2.6	0,403	0,279	Valid
X2.7	0,575	0,279	Valid
X2.8	0,598	0,279	Valid
Budaya (X₃)			
X3.9	0,608	0,279	Valid
X3.10	0,644	0,279	Valid
X3.11	0,702	0,279	Valid
X3.12	0,543	0,279	Valid
Pola Konsumsi (Y)			
Y1.1	0,508	0,279	Valid
Y1.2	0,475	0,279	Valid
Y1.3	0,550	0,279	Valid
Y1.4	0,571	0,279	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,279$). 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 pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian. Artinya semua pertanyaan dan pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan variabel pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, sehingga mampu mengungkap data yang dapat dipercaya. Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepercayaan data yang tinggi didapatkan apabila fakta yang telah dikumpulkan tidak akan mengalami perubahan apabila dilakukan pengujian ulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha $> 0,6$. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha (α)	Keterangan

Pendapatan (X1)	0,725	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,714	Reliabel
Budaya (X3)	0,737	Reliabel
Pola Konsumsi (Y)	0,656	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

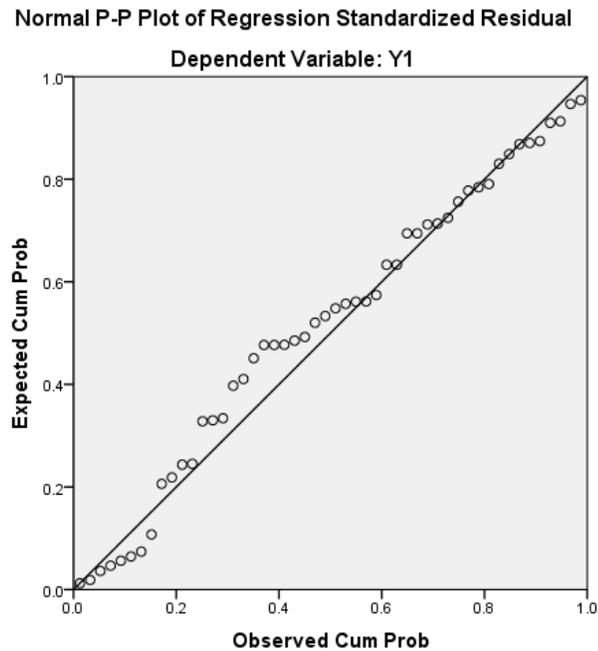
Dari hasil uji reliabilitas dapat diketahui seluruh koefisien reliabilitas lebih besar dari nilai standar alpha yaitu 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan mengenai pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi merupakan jawaban pertanyaan dan pernyataan yang reliabel atau handal. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan mengenai pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi konsisten dan stabil.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model yang tinggi adalah yang memiliki distribusi data yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan analisis grafik yaitu grafik normal plot menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini berarti data berkompetensi normal. Analisis grafik dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Berdasarkan grafik normal P-Plot of Regression Standardized Residual terlihat adanya titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal sedangkan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji Kolmogorov Smirnov Test antara lain sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		X1	X2	X3	Y1
N		50	50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	7.4600	21.4400	14.8200	14.3600
	Std. Deviation	1.18166	2.87253	2.07699	1.87094
	Absolute	.171	.119	.135	.184
Most Extreme Differences	Positive	.171	.063	.105	.130
	Negative	-.156	-.119	-.135	-.184
Kolmogorov-Smirnov Z		1.212	.842	.951	1.299
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106	.477	.326	.068

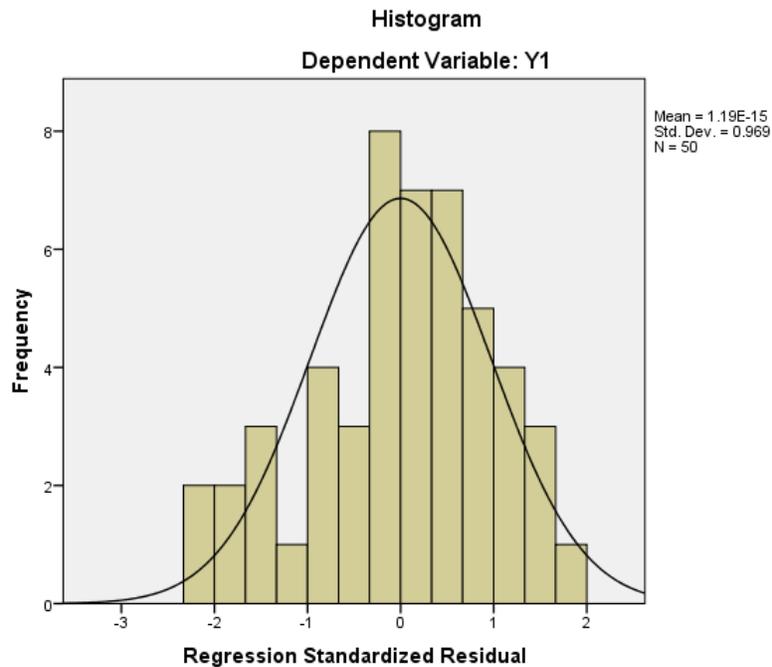
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa hasil dari pengujian dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov semuanya adalah data residual berdistribusi normal.

Gambar 4.4
Histogram



Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

4.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas garis regresi merupakan suatu pembuktian apakah model garis linear yang ditetapkan benar-benar sesuai dengan keadaanya atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang ditetapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari α yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi bentuk linear. *Out put* analisis tabel ANOVA adalah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	61.770	5	12.354	4.953	.001
Y1 *	Between	Linearity	43.763	1	43.763	17.545	.000
X1	Groups	Deviation from Linearity	18.007	4	4.502	1.805	.145
	Within	Groups	109.750	44	2.494		
	Total		171.520	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	103.291	11	9.390	5.230	.000
Y1 *	Between	Linearity	72.389	1	72.389	40.317	.000
X2	Groups	Deviation from Linearity	30.902	10	3.090	1.721	.111
	Within	Groups	68.229	38	1.795		
	Total		171.520	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	90.061	9	10.007	4.914	.000
Y1 * X3	Between Groups	Linearity	55.426	1	55.426	27.216	.000
		Deviation from Linearity	34.635	8	4.329	2.126	.056
	Within Groups		81.459	40	2.036		
	Total		171.520	49			

Sumber: Data diolah SPSS. 2020

Hasil Uji linearitas menunjukkan nilai koefisien signifikansi X1 (0,145), X2 (0,111) dan X3 (0,056) artinya lebih besar dari alpa yang ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa garis regresi berbentuk linear.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari Variance Inflation Faktor (VIF) dan nilai tolerance. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan tolerance dan VIF adalah sebagai berikut :

1. Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai Tolerance

a. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

b. Jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas.

2. Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF

a. Jika nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

b. Jika nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.240	1.655		.749	.457		
1 X1	.524	.158	.331	3.316	.002	.914	1.094
X2	.265	.077	.408	3.463	.001	.656	1.523
X3	.238	.104	.264	2.277	.028	.677	1.478

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

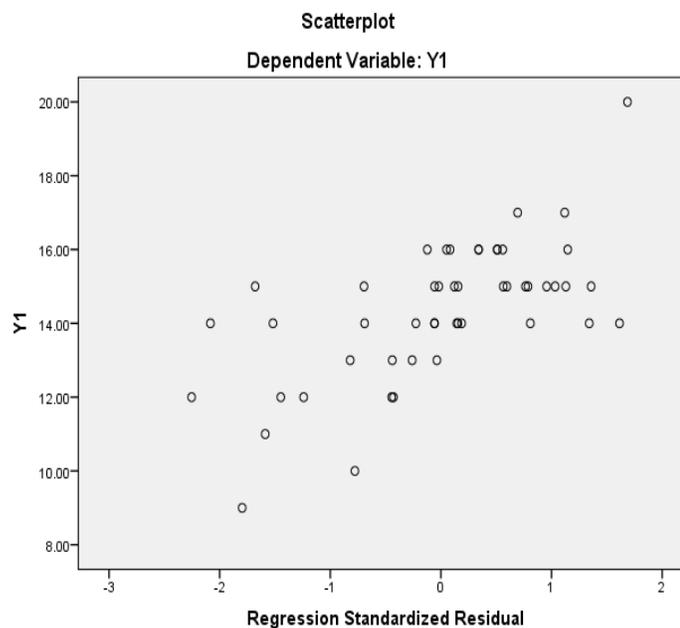
Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka dapat diperoleh nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, yang berarti bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara 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

Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah kesalahan pengganggu dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi-ke-observasi lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan variabel independen. Dari scatterplots terlihat titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 sumbu Y. Dibawah ini terdapat gambar heteroskedastisitas.

Gambar 4.5
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut dan titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

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 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.763 ^a	.582	.555	1.24873	1.737

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah SPP, 2020

Dari hasil tabel diperoleh nilai DW berada diantara -2 dan 2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 20.0 antara lain sebagai berikut.

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.240	1.655		.749	.457
	X1	.524	.158	.331	3.316	.002
	X2	.265	.077	.408	3.463	.001

X3	.238	.104	.264	2.277	.028
----	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Hasil analisis regresi berganda terhadap pengaruh pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1.240 + 0.524 (X_1) + 0,265 (X_2) + 0,238 (X_3)$$

Keterangan:

Y = Pola Konsumsi

b₀ dan b₁, b₂, b₃ = Konstanta

X₁ = Pendapatan

X₂ = Gaya Hidup

X₃ = Budaya

e = error

Pembahasan :

1,240 (Constant) : Jika pendapatan, gaya hidup dan budaya tidak ada atau nilainya adalah 0, maka pola konsumsi sebesar 1,240.

0,524 (X₁) : Jika setiap penambahan variabel pendapatan sebesar satu persen sedangkan variabel lain dianggap konstant, maka pola konsumsi meningkat sebesar 0,524.

0,265 (X2) : Jika setiap penambahan variabel gaya hidup sebesar satu persen sedangkan variabel lain dianggap konstant, maka pola konsumsi meningkat sebesar 0,265.

0,238 (X3) : Jika setiap penambahan variabel budaya sebesar satu persen sedangkan variabel lain dianggap konstant, maka pola konsumsi meningkat sebesar 0,238.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan pada uji t yaitu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini.

Tabel 4.14
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	1.240	1.655		.749	.457
1	X1	.524	.158	.331	3.316	.002
	X2	.265	.077	.408	3.463	.001
	X3	.238	.104	.264	2.277	.028

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa:

a. Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{01} :Tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a1} :Terdapat pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Variabel pendapatan (X1) berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,316 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.002 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya secara parsial variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat.

b. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{02} :Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a2} :Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Variabel gaya hidup (X2) berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,463 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.001 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat.

c. Pengaruh Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{03} :Tidak terdapat pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a3} :Terdapat pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Variabel gaya hidup (X3) berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,277 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.028 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya secara parsial variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat.

4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Untuk menganalisis apakah hipotesis diterima atau ditolak. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³ 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).⁴

³*Ibid.*, h. 239

⁴Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 175.

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	99.791	3	33.264	21.332	.000 ^b
	Residual	71.729	46	1.559		
	Total	171.520	49			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2020

Hasil uji F pada perhitungan yang menggunakan SPSS 20,0 diperoleh F hitung = 21.332 dengan nilai p value = 0.000 (a) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan keseluruhan pendapatan, gaya hidup dan budaya terhadap pola konsumsi secara signifikan.

4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berikut adalah hasil pengamatan R^2 (Square):⁵ Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²*.

⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 240.

Tabel 4.16**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.555	1.24873

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data diolah SPSS, 2020

Pada tabel 4.16 menunjukkan nilai adjusted R² sebesar 0,555 yang berarti bahwa 55,5% variasi nilai pola konsumsi di masyarakat Gampong Geudubang Jawa dapat dijelaskan oleh variabel pendapatan, gaya hidup dan budaya. Sedangkan sisanya (100% - 55,5% = 44,5%) dijelaskan oleh variabel lain.

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 “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Maka sebagai langkah selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{01} :Tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a1} :Terdapat pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,316 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.002 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pola konsumsi dipengaruhi oleh variabel pendapatan.

Pendapatan seseorang juga bisa didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Banyak para masyarakat memanfaatkan pendapatannya yang didapatkan untuk membeli barang-barang yang kurang bermanfaat. Sehingga para masyarakat yang tak jarang menggunakan pendapatannya tidak hanya untuk kebutuhan keperluan sehari-harinya namun kebanyakan digunakan hanya untuk keinginan sesaat. Dimana mereka lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhannya. Masyarakat pun sering kali mengambil keputusan karena ikut-

ikutan, baik dari seorang teman 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 sebagai acuan adalah kebenaran, kesederhanaan, kemaslahatan dan akhlak.

Padahal Islam telah mengajarkan bahwa 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 antara duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif.

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 mengkonsumsi. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, 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).

Ayat tersebut dapat dipelajari bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebihan- lebih, tentu akan 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.

Dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan ruhani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya.

Maka sudah sepatutnya seorang masyarakat untuk lebih memprioritaskan pendapatannya yang telah di dapatkan nya dari hasil bekerja untuk dipergunakan dalam hal-hal yang bermanfaat dan sesuai dalam kebutuhan sehari-harinya dalma mencukupi kebutuhan keluarganya 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.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{02} :Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a2} :Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi islami. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,463 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.001 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pola konsumsi dipengaruhi oleh variabel gaya hidup.

Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. 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 masyarakat yang melakukan konsumsi tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Hal tersebut dapat memperbesar pula pengeluaran seorang masyarakat. Sehingga gaya hidup dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya. Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am ayat 32:

﴿ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾

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.

3. Pengaruh Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa.

H_{03} :Tidak terdapat pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

H_{a3} :Terdapat pengaruh budaya terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa.

Berdasarkan hasil statistik pada pembahasan ini menyatakan bahwa budaya berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2,277 > 1.679$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.028 < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pola konsumsi dipengaruhi oleh variabel budaya.

Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen. Dalam masyarakat sendiri budaya juga sangat memengaruhi dalam lingkunag di sekitarnya.

Peran budaya adalah sebagai alat untuk menentukan arah, mengarahkan apa yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, bagaimana mengalokasikan sumber daya dan mengelola sumber daya, juga sebagai alat untuk menghadapi masalah peluang dari lingkaran internal maupun eksternal.

4. Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa.

Hipotesis keempat bahwa variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh secara langsung terhadap variabel Y. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Selain itu dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,555 (55,5%), yang menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 menjelaskan variasi nilai variabel variabel Y sebesar 55,5% sedangkan sisanya sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

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 Keilahan 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 masyarakat untuk selalu menyelaraskan pendapatan yang diterima di dapatkannya untuk dipergunakan sesuai kebutuhannya. Begitu pula gaya hidup seorang masyarakat janganlah hanya mengikuti atau hanya ikut-ikutan lingkungan sekitar 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.

Di dalam Islam, diatur mengenai etika berkonsumsi. Di dalam al- qur'an, istilah yang paling dekat dengan etika adalah khuluq. Beberapa norma dan etika konsumsi dalam Islam yang menjadi perilaku konsumsi Islami di antaranya:

- a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.
- b. Tidak melakukan kemubaziran.
- c. Sikap sederhana.

5. Pendapatan, Gaya Hidup Dan Budaya Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti memberikan penjelasan bahwa pendapatan, gaya hidup dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa. Hal tersebut dibuktikan dari hasil jawaban responden pada kuesioner penelitian dan hasil jawaban tersebut diolah menggunakan SPSS. Dari variable-variabel yang dicantumkan oleh peneliti hasil dari variabel pendapatan (X_1) jika ditingkatkan sebesar satu persen maka pola konsumsi mengalami peningkatan sebesar 0,524 atau 52,4%. Dan hasil dari variabel gaya hidup (X_2) jika ditingkatkan sebesar satu persen maka pola konsumsi mengalami peningkatan sebesar 0,265 atau 26,5%. Selanjutnya hasil dari variabel budaya (X_3) jika ditingkatkan sebesar satu persen maka pola konsumsi mengalami peningkatan sebesar 0,238 atau 23,8%.

Setelah ditemukan data dan informasi baik dari hasil kuesioner (angket) dan observasi pada umumnya pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa belum sesuai dengan yang dianjurkan dalam Islam. Kecenderungan memiliki pola konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk terlalu berlebih-lebihan dan adakalanya dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang dimiliki guna memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas tanpa menghiraukan kebutuhan yang seharusnya terlebih dahulu harus dipenuhi.

Sebagian masyarakat beranggapan bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka untuk digunakan semaunya saja tanpa dilandasi dengan nilai-nilai spiritualisme dan tidak adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Perilaku seperti ini merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam mengenai pola konsumsi, sebab dalam Islam tidak memperbolehkan sikap kikir, sikap bermewah-mewahan, sikap berlebih-lebihan, serta sikap boros ataupun mubadzir.

Dalam pandangan Islam pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual, ataupun material. Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan pemenuhan keinginan, sebab keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *mashlahah* sekaligus kepuasan. Namun jika yang diinginkan bukan merupakan suatu

kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa belum sesuai dengan konsep *mashlahah* itu sendiri ketika mereka mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa. Sebab dalam pemahaman mereka yang terpenting ialah mereka mempunyai penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya tanpa memahami bahwa adanya konsep berkonsumsi dalam islam yang baik dan benar. Bukan hanya konsep halal dan haram saja yang harus diperhatikan namun sikap berlebih-lebihan (*bakhil*) dalam berkonsumsi itu juga sangat penting.

4.6.3 Interpretasi Penelitian Berdasarkan Penelitian Sebelumnya

1. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Dwi Mutia, menunjukkan ada hubungan antara variabel uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dengan koefisien korelasi $R = 0,598$, dan $p = 0,000 < 0,05$) dan adjusted R squared sebesar 59,8%, sisanya 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian tersebut.
2. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Hasnira, yang menunjukkan bahwa variable bebas (pendapatan dan gaya hidup) memiliki hubungan yang erat dengan variabel yang terkait (konsumsi masyarakat)

sedangkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan adanya pengaruh yang besar antara variabel bebas dan terkait.

3. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Lilis Oktaviani, yang menunjukkan bahwa variabel dependen (perilaku konsumsi) sebesar 0.590 yang artinya tingkat pendapatan rumah tangga mempunyai hubungan sedang terhadap perilaku konsumsi. dan hasil koefisien determinasi R square sebesar 0.485, artinya persentase pengaruh variabel tingkat pendapatan rumah tangga terhadap perilaku konsumsi sebesar 48,5%.

4. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Putu Hendri, yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh karena saat waktu pengambilan data berdekatan dengan persiapan ujian, sehingga hal tsb bisa menjadi factor yang menyebabkan mahasiswi lebih fokus untuk belajar dari pada kesalon

5. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Lia Indriani, yang menunjukkan bahwa pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa, ditunjukkan dengan prob f kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$).

6. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Dian Puspitarini, yang menunjukkan bahwa Faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($72,008 > 2,46$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pendapatan secara langsung berpengaruh terhadap pola konsumsi Islami masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 3,316 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,002 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Sehingga semakin tinggi pendapatan masyarakat maka akan memberikan dampak semakin tinggi pula pola konsumsi masyarakat tersebut.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa gaya hidup secara langsung berpengaruh terhadap pola konsumsi Islami masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 3,463 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Sehingga semakin tinggi gaya hidup masyarakat maka pola konsumsi juga akan meningkat.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa budaya secara langsung berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 2,277 dan nilai probabilitas yang dihitung $0,028 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Sehingga semakin tinggi tingkat budaya masyarakat maka pola konsumsi juga akan meningkat.
4. Selain itu dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi *adjusted R²* sebesar 0,555 (55,5%), yang menunjukkan bahwa kontribusi pendapatan, gaya hidup, dan budaya menjelaskan variasi nilai variabel pola konsumsi sebesar 55,5% sedangkan sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan, usia, dan faktor lainnya.
5. Pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa belum sepenuhnya sesuai dengan tindakan pola konsumsi dalam ekonomi Islam. Kecenderungan memiliki pola konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk terlalu berlebih-lebihan dan adakalanya dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang dimiliki guna memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas tanpa menghiraukan kebutuhan yang seharusnya terlebih dahulu harus dipenuhi.

5.2. Saran

1. Bagi Masyarakat

Khususnya masyarakat Gampong Geudubang Jawa dalam melakukan konsumsi sudah seharusnya menyelaraskan antara pendapatan, gaya hidup, dan budaya sesuai dengan ajaran islam yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadist agar tercapai falah didunia maupun akhirat kelak.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik. Serta penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang disinyalir dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Gampong Geudubang Jawa. Dengan demikian, hasil yang didapat akan memperkuat penelitian yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdul Manan, Muhammad, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Bhakti wakaf, 1997.

Agencie, Victory, *Terjemah Singkat Tafsir IBNU KATSIER JILID 3*, KUALA lumpur: Victory Agencie, 2013.

Agung , Agung Putu, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.

Amstrong, Gary dan Kotler diterjemahkan oleh Oetarevia, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Prenhalindo, 2002.

BPS Kota Langsa, *Kota langsa dalam angka (langsa mUnicipality in figures 2019)*, Langsa: BPS Langsa, 2019.

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

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

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

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.

Himah Basyir et.al, Dr, *Tafsir Al-Muyassar*, Semanggi Solo: An-Naba' Jl. Kahar Muzakir I, no.1, 2011.

- Jugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE, 2007.
- Juliandi, Azuar dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Medan: Perdana Mulya Saran, 2013.
- Juliandi, Azuar, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press, 2014.
- Kara, Muslim dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, Alauddin Pers, 2009.
- Karim, Adiwarmanto A, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Malang: UIN Malang Press, cet 1, 2008.
- Kotler, Philip diterjemahkan oleh Yati Sumiharti, *Manajemen Pemasaran Edisi V Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 1990.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong diterjemahkan oleh Damos Sihombing, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Mankiw, N Gregory, *Makro Ekonomi Terjemahan Imam Fitria Liza*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Marathon, Said Sa'ad, *Ekonomi Islam Ditengah; Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2007.
- Marbun, BN, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Bina Grafika, 2004.

- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mustofa Al-Maragi, Ahmad, *Terjemahan Tafsir Al-Maragi Juz 1*, Semarang: PT, Karya Toha Putera, 1987.
- Mowen, John, C., dan Minor diterjemahkan oleh Lina Salim, *Perilaku Konsumen Jilid 1 edisi ke 5*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Prasetyo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalau, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2004.
- Priyatno, Duwi, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008.
- Rahardja, Prathama, *Teori Ekonomi Makro edisi I*, Yogyakarta: BPFE, 2005.
- Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Ritonga, Haroni Doli H, *Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi, vol. 13, No. 3, 3 Juli 2010.
- Sharif Chaudhry, Dr. Muhammad, *Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2010.

Sukirno, Sadono, *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta: Rajawali, 2011.

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

Suparmoko, *Ekonomi Public Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah (edisi 1)*, Yogyakarta: Andi, 2001.

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

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta : PT. Elex Media Computindo, 2000.

Santoso, *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2010.

Supangat, Andi, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2007.

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Wahab , H. Abdul, *Pengantar Ekonomi Makro*, Cet. I; Alauddin University Press, 2012.

B. Jurnal

Bahrudin, Babul, dkk, Pergeseran Budaya Lokal Remaja Suku Tengger di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang dalam *JESS 6 (1) (2017)*, Universitas Negeri Semarang: 2017.

BPS, *dalam Jurnal Mengenai Pendapatan*, diakses pada tanggal 24 Juni 2019.

- Danil, Mahyu, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada PNS Di Kantor Bupati Kabupaten Bireun” Volume IV No 7*, Universitas Al Muslim, 2013.
- Hanum, Nurlaila, Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra Di Kota Langsa *dalam Jurnal Samudra Ekonomika, VOL.1, No.2 Oktober 2017*, Universitas Samudra Langsa, 2017.
- Haryani, Indah dan Jhon Herwanto, Hubungan konfirmasi dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi, *Jurnal Psikologi, Vol.11, No.1*, Juni 2015.
- Indrianawati et. al., Entika, 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.
- L Mandey, Silvya, Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Dalam Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi Vol.6. No.1*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- 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.

C. Skripsi

Hasnirah, *Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, Skripsi, Makassar: UIN Alauddin, 2017.

Hendry, Putu, *Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan Dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Dalam Menggunakan Jasa Salon Dikota Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2016.

Indriani, Lia, *Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Jenis Kelamin, Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

Khozanah, Umami, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Dalam Pandangan Islam (Survei Pada Pengurus Dan Anggota Asbisindo Di Jawa Barat)*, Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.

Mutia, Dwi, *Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Skripsi, Langsa: IAIN Langsa, 2018.

Oktaviani, Lilis *Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Kp. Nyatuh Kecamatan Baros Serang*, Skripsi, Banten: UIN Banten, 2017.

Puspitarini, Dian, *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza*”, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

D. Website

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/distribusi-pendapatan-islam.html>, pada tanggal 24 juni 2019 pukul 17.00.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP, DAN BUDAYA TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT GAMPONG GEUDUBANG JAWA KOTA LANGSA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Identitas responden

Nama :

Alamat :

Berikan tanda silang pada jawaban yang anda pilih

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Wanita

2. Usia
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. Diatas 40 tahun

3. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/pelajar
 - b. Pegawai negeri
 - c. Pegawai swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Ibu rumah tangga
 - f. Lainnya

4. Tingkat pendidikan terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Sarjana/Diploma

5. a. Pendapatan per bulan (untuk pegawai, wiraswasta)
Rp
- b. Uang saku per bulan (untuk pelajar/mahasiswa)
Rp
- c. Uang belanja bulanan (untuk ibu rumah tangga)
Rp

Berikan tanda cek (✓) pada kolom yang sesuai jawabanmu

- | | | | |
|----|-----------------|-----|-----------------------|
| SS | = Sangat Setuju | TS | = Tidak Setuju |
| S | = Setuju | STS | = Sangat Tidak Setuju |
| N | = Netral | | |

Pendapatan (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Pemanfaatan/Penggunaan					
1.	Pendapatan yang saya peroleh sebagiannya adalah untuk menabung, membeli emas, dan membuka saham					
	Penghasilan					
2.	Saya mempunyai usaha lain selain pekerjaan utama saya, sehingga penghasilan saya ada dari beberapa					

	sumber					
--	--------	--	--	--	--	--

Gaya Hidup (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Aktivitas					
1.	Setiap hari saya sudah mempunyai rutinitas yang sama dari pagi sampai sore seperti mengerjakan pekerjaan yang sama dan istirahat di jam yang sama.					
2	Melakukan kegiatan olahraga, berbelanja, atau melakukan hobi itu merupakan rutinitas yang selalu saya lakukan minimal seminggu sekali.					
	Minat					
1.	Saya lebih senang berlibur ketempat-tempat yang sedang trend sehingga bisa dilihat oleh orang lain bahwa perjalanan saya menyenangkan.					
2.	Jika ada kesempatan berbelanja, saya memilih berbelanja di mall saja daripada di pasar tradisional karena lebih nyaman dan aman. Sedikit mahal bagi saya tidak masalah.					
	Pendapat					
1.	Menurut saya kaum milenial itu harus mempunyai gadget atau handphone					

	yang canggih untuk bisa bergaul dalam lingkungan.					
2.	Saya membiarkan orang-orang berpendapat bahwa saya bukan orang yang mampu karena saya tidak mempunyai barang-barang mewah dan kekinian. Walaupun saya bisa saja punya barang-barang tersebut dari mencil					

Budaya (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Pergeseran budaya					
1.	Memakai celana pendek bagi laki-laki muslim saat ini adalah hal yang biasa saja dan lebih modern dibanding jaman dulu yang pakai celana panjang dan kain sarung.					
2	Pria dan wanita saat ini boleh saja duduk di warung kopi berbarengan.					
	Wilayah geografis					
1.	Dalam hal keperluan pesta pernikahan saya menggunakan jasa kibot atau kuda kepang karena terpengaruh oleh trend yang berlangsung dimasyarakat.					
	Kelas sosial					
1.	Saya menggunakan jasa kibot atau					

	kuda kepang dalam pesta pernikahan karena ingin menunjukkan bahwa saya termasuk kalangan masyarakat mampu.					
--	--	--	--	--	--	--

Pola Konsumsi (Y)

No	Bakhl	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa sulit dalam menabung sehingga saya tidak akan mengeluarkan uang jika tidak dalam keadaan yang sangat diperlukan. Lebih baik jika saya dapat makan dan minum dari uang teman-teman dan keluarga saya.					
	Wajar					
1.	Saya tidak terlalu peduli dengan trend fashion bagi saya asal ada saja sudah cukup begitu pun dengan makanan, yang penting bisa makan makanan yang halal sudah cukup bagi saya.					
	Israf					
1.	Saya senang bisa berkumpul dengan teman-teman di cafe atau restoran, sebab walaupun harus mengeluarkan uang yang lebih banyak yang penting bisa bahagia.					
2.	Dalam lingkungan pergaulan penting untuk menyesuaikan diri. Dalam hal ini contohnya: pakaian yang sedang trend,					

	hp yang terbaru, dan kendaraan yang bagus.					
--	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Tabulasi Data

No Responden	PENDAPATAN (X1)			GAYA HIDUP (X2)							BUDAYA (X3)					POLA KONSUMSI (Y)				
	X1.1	X1.2	Total	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
1	3	4	7	2	4	4	3	5	3	21	4	3	4	4	15	3	2	5	5	15
2	3	3	6	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
3	4	4	8	2	4	4	5	3	4	22	4	4	4	4	16	5	2	3	5	15
4	4	4	8	4	3	3	3	4	4	21	4	5	3	4	16	3	4	4	4	15
5	4	3	7	3	3	3	3	2	3	17	4	5	3	3	15	3	3	2	3	11
6	4	4	8	4	4	4	3	4	4	23	4	5	4	4	17	3	4	4	5	16
7	4	4	8	4	4	5	4	3	3	23	4	5	4	4	17	4	4	3	5	16
8	4	4	8	5	4	5	3	4	5	26	4	4	3	4	15	3	4	4	5	16
9	4	4	8	3	3	4	2	3	4	19	3	3	2	4	12	2	4	3	4	13
10	4	4	8	5	4	3	3	4	4	23	4	4	2	4	14	3	4	4	3	14
11	4	4	8	5	4	3	4	3	5	24	5	3	3	4	15	4	4	3	5	16
12	3	4	7	5	4	3	3	4	2	21	5	3	2	4	14	3	4	4	4	15
13	4	3	7	5	3	2	4	5	4	23	4	4	5	3	16	4	3	2	3	12
14	3	4	7	3	4	3	3	5	3	21	3	4	3	4	14	3	2	3	4	12
15	5	5	10	4	4	3	5	5	3	24	3	4	1	5	13	5	5	2	4	16
16	4	3	7	3	4	3	4	3	5	22	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14
17	4	4	8	4	3	4	4	3	3	21	4	4	3	4	15	4	4	3	5	16
18	3	4	7	3	3	3	3	4	4	20	4	5	4	4	17	3	4	4	4	15
19	4	3	7	2	2	2	4	1	2	13	2	3	3	3	11	2	3	1	4	10
20	1	5	6	5	5	4	4	3	5	26	5	2	3	5	15	2	5	3	5	15
21	1	4	5	4	4	4	4	3	4	23	5	4	3	4	16	2	4	3	5	14
22	1	4	5	3	4	4	4	2	4	21	5	5	3	5	18	4	4	2	5	15
23	5	5	10	3	4	5	5	5	4	26	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
24	4	4	8	4	4	5	5	3	5	26	5	3	3	4	15	4	2	3	5	14
25	5	5	10	5	5	4	2	3	4	23	5	5	5	4	19	5	2	3	5	15
26	5	4	9	5	3	4	2	5	5	24	5	4	5	4	18	5	2	5	2	14

Lampiran 2 : Tabulasi Data

27	4	3	7	2	3	4	4	3	3	19	3	2	2	3	10	4	3	3	4	14
28	4	3	7	4	3	3	4	3	4	21	4	3	4	3	14	4	3	3	4	14
29	5	3	8	3	3	4	2	3	2	17	3	3	2	3	11	2	3	3	4	12
30	3	3	6	3	3	3	3	1	3	16	3	3	2	3	11	3	3	1	2	9
31	5	4	9	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	4	15	5	4	2	5	16
32	3	3	6	4	4	4	3	4	3	22	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13
33	3	4	7	4	4	4	3	3	4	22	5	5	4	4	18	3	4	3	5	15
34	4	4	8	5	3	4	4	5	5	26	4	4	4	4	16	4	3	5	5	17
35	3	3	6	3	2	3	3	2	4	17	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14
36	3	5	8	4	4	4	3	4	5	24	4	4	3	4	15	3	4	4	5	16
37	2	5	7	4	2	3	2	4	3	18	3	4	2	3	12	2	3	4	3	12
38	2	4	6	5	3	5	2	3	4	22	4	3	5	4	16	2	4	3	4	13
39	3	4	7	3	3	4	3	4	3	20	3	4	2	4	13	3	4	4	4	15
40	4	4	8	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
41	3	4	7	4	4	3	3	3	3	20	2	5	5	4	16	3	4	3	5	15
42	4	4	8	4	4	5	4	5	2	24	2	5	5	4	16	4	4	5	4	17
43	3	3	6	4	3	2	3	4	3	19	4	3	5	3	15	4	3	4	3	14
44	5	4	9	3	3	3	5	3	3	20	4	4	5	4	17	5	4	3	4	16
45	3	4	7	4	4	3	3	3	4	21	4	3	5	4	16	3	4	4	3	14
46	5	3	8	5	2	2	4	3	4	20	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
47	5	4	9	4	2	2	2	4	4	18	3	4	3	5	15	4	4	4	3	15
48	5	4	9	3	4	4	2	2	3	18	3	3	3	4	13	4	4	4	2	14
49	3	3	6	4	4	4	3	3	3	21	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13
50	4	3	7	4	4	3	4	3	4	22	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14

Lampiran 3 : Hasil Regres Analisis Regresi Linear Berganda (SPSS)

a. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	-.070	.847**
	Sig. (2-tailed)		.631	.000
	N	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	-.070	1	.471**
	Sig. (2-tailed)	.631		.001
	N	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.847**	.471**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	
	N	50	50	50

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

Correlations

		X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.3	Pearson Correlation	1	.195	.022	-.128	.313*	.407**	.552**
	Sig. (2-tailed)		.175	.878	.375	.027	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.195	1	.492**	.214	.165	.211	.654**
	Sig. (2-tailed)	.175		.000	.136	.252	.142	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.022	.492**	1	.065	.129	.153	.538**
	Sig. (2-tailed)	.878	.000		.654	.372	.289	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	-.128	.214	.065	1	.050	.118	.403**
	Sig. (2-tailed)	.375	.136	.654		.730	.415	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	.313*	.165	.129	.050	1	.123	.575**
	Sig. (2-tailed)	.027	.252	.372	.730		.396	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50

X2.8	Pearson Correlation	.407**	.211	.153	.118	.123	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.003	.142	.289	.415	.396		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.552**	.654**	.538**	.403**	.575**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3
X3.9	Pearson Correlation	1	.083	.192	.294*	.608**
	Sig. (2-tailed)		.566	.182	.038	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.10	Pearson Correlation	.083	1	.289*	.253	.644**
	Sig. (2-tailed)	.566		.042	.076	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.11	Pearson Correlation	.192	.289*	1	.063	.702**
	Sig. (2-tailed)	.182	.042		.662	.000
	N	50	50	50	50	50
X3.12	Pearson Correlation	.294*	.253	.063	1	.543**
	Sig. (2-tailed)	.038	.076	.662		.000
	N	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.608**	.644**	.702**	.543**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	-.100	.080	.051	.508**
	Sig. (2-tailed)		.489	.581	.726	.000
	N	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	-.100	1	.037	.173	.475**

	Sig. (2-tailed)	.489		.797	.229	.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.080	.037	1	-.017	.550**
Y1.3	Sig. (2-tailed)	.581	.797		.905	.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.051	.173	-.017	1	.571**
Y1.4	Sig. (2-tailed)	.726	.229	.905		.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.508**	.475**	.550**	.571**	1
Y1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	7

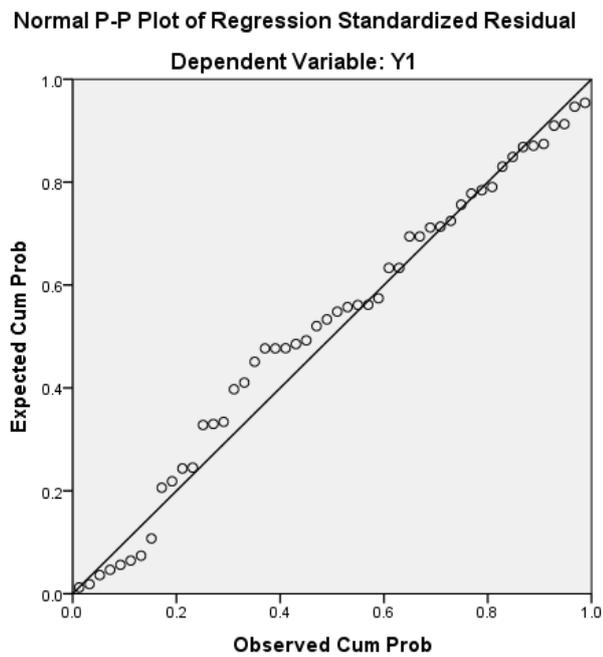
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	5

c. Gambar PP PLOT



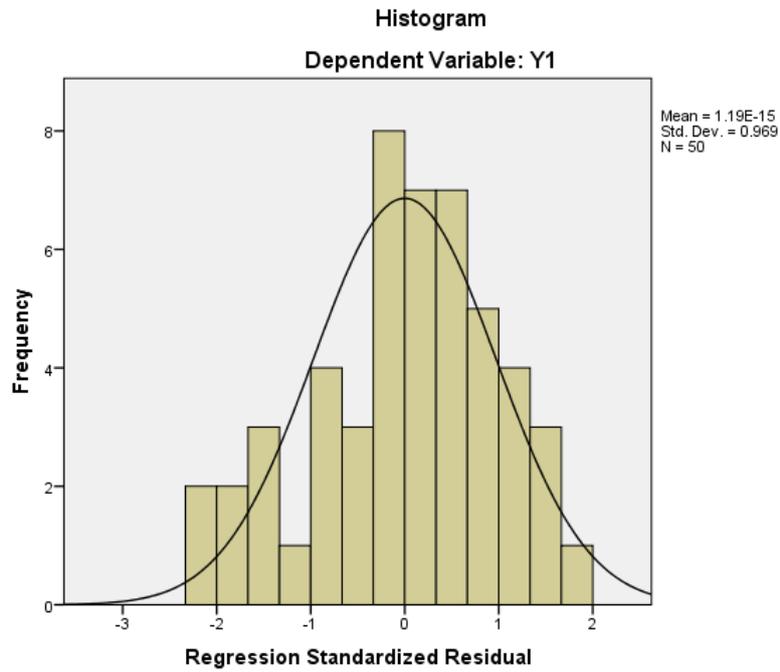
d. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y1
N		50	50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	7.4600	21.4400	14.8200	14.3600
	Std. Deviation	1.18166	2.87253	2.07699	1.87094
Most Extreme Differences	Absolute	.171	.119	.135	.184
	Positive	.171	.063	.105	.130
	Negative	-.156	-.119	-.135	-.184
Kolmogorov-Smirnov Z		1.212	.842	.951	1.299
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106	.477	.326	.068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

e. Histogram



f. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	61.770	5	12.354	4.953	.001
Y1 *	Between Groups	Linearity	43.763	1	43.763	17.545	.000
X1	Within Groups	Deviation from Linearity	18.007	4	4.502	1.805	.145
	Total		109.750	44	2.494		
			171.520	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)		103.291	11	9.390	5.230	.000
Y1 *	Between Groups	Linearity	72.389	1	72.389	40.317	.000
X2	Deviation from Linearity		30.902	10	3.090	1.721	.111
	Within Groups		68.229	38	1.795		
	Total		171.520	49			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)		90.061	9	10.007	4.914	.000
Y1 *	Between Groups	Linearity	55.426	1	55.426	27.216	.000
X3	Deviation from Linearity		34.635	8	4.329	2.126	.056
	Within Groups		81.459	40	2.036		
	Total		171.520	49			

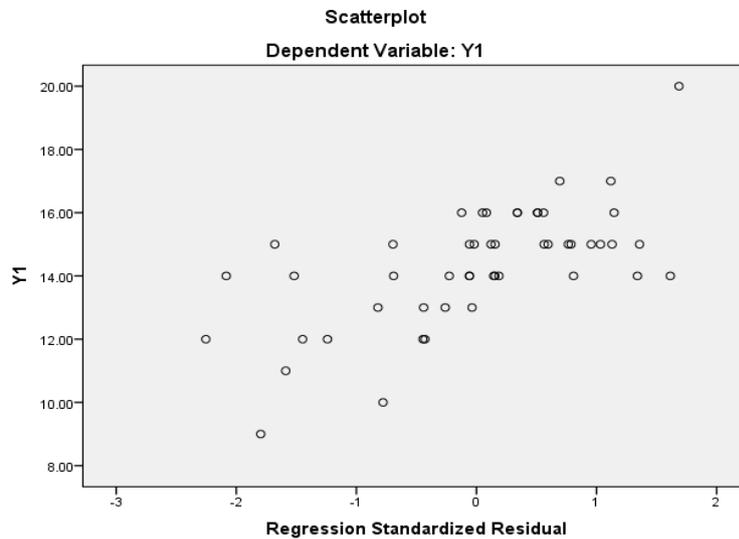
g. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
	(Constant)	1.240	1.655		.749	.457	
1	X1	.524	.158	.331	3.316	.002	.914
	X2	.265	.077	.408	3.463	.001	.656
	X3	.238	.104	.264	2.277	.028	.677

a. Dependent Variable: Y1

h. Uji Heteroskedastisitas



i. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.763 ^a	.582	.555	1.24873	1.737

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

j. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.240	1.655		.749	.457
	X1	.524	.158	.331	3.316	.002
	X2	.265	.077	.408	3.463	.001
	X3	.238	.104	.264	2.277	.028

a. Dependent Variable: Y1

k. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.240	1.655		.749	.457
X1	.524	.158	.331	3.316	.002
X2	.265	.077	.408	3.463	.001
X3	.238	.104	.264	2.277	.028

a. Dependent Variable: Y1

l. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.791	3	33.264	21.332	.000 ^b
	Residual	71.729	46	1.559		
	Total	171.520	49			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

m. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.555	1.24873

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y1

Lampiran 4 : Pembagian Kuesioner Penelitian Kepada Responden











SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 291 TAHUN 2019
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

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 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Col Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2019, Tanggal 05 Desember 2018.

Memperhatikan : Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 16 Agustus 2019.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : **Fahriansah, Lc, MA** sebagai Pembimbing I dan **Chahayu Astina, SE, M.Si** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Dinda Rizki Amelia**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 4012018016, dengan Judul Skripsi : "**Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Budaya terhadap Pola Konsumsi Islami di Masyarakat Gampong Geudubang Jawa Kota Langsa**".

Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun dihitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah 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. Prodi 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.



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