

**PENGARUH UANG SAKU, GAYA HIDUP, DAN
KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
PRODUK *FASHION*
(Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Rizka Sari

NIM. 4022017092



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
TAHUN 2021 M/ 1443 H**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul

PEMGARUH UANG SAKU, GAYA HIDUP DAN KONTROL DIRI

TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION*

(Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)

Oleh:

Rizka Sari

Nim. 4022017092

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

Langsa, 11 Oktober 2021

Pembimbing I



Dr. Iskandar, MCL

NIP. 19650616 199503 1 002

Pembimbing II



Nurjanah, M.Ek

NIP. 198806262201908 2 001

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Fahriansah, Lc., MA

NIDN 2116068202

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)” an. Rizka Sari, NIM 4022017092, Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 12 November 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 12 November 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Penguji I/ Ketua



Dr. Iskandar, MCL
NIP. 19650616 199503 1 002

Penguji II/ Sekretaris



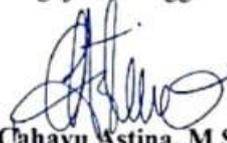
Nurjanah, M.Ek
NIP. 198806262201908 2 001

Penguji III/ Anggota



Dr. Mukhlis Rais, Lc., M.Pd
NIP. 19800923 201101 1 004

Penguji IV/ Anggota



Cahayu Astina, M.Si
NIP. 19841123201903 2 007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



Dr. Iskandar, MCL
NIP. 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Sari

NIM : 4022017092

Tempat/Tgl. Lahir : Sanggalima, 22 November 1998

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Dusun III, Desa Sanggalima, Kecamatan Gebang,
Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang sisebutkan sumbernya. Apabila terdapat keasalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 04 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan



NIM. 4022017092

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar-Ra’d: 11)

“Carilah ilmu dan hasilah dia dengan sikap tawadhu dan santun”

(Al-Hasan)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT, karena hanya kepadanya kami menyembah dan hanya kepadanya kami mohon pertolongan.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis (Bapak Amir Syarifuddin dan Ibu Farida Hanum) yang selalu memberikan do’a, nasihat, kasih sayang serta dukungan baik moral maupun material.

Untuk saudara kandung penulis (Kak Nisfa, Bang Fahrudi, Adik Hafiz dan Alvi) serta ipar penulis yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis.

Untuk pembimbing, para dosen khususnya dosen program studi ekonomi syariah, para sahabat, teman-teman seperjuangan dan almamater tercinta, serta orang-orang baik lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Berkat semuanya skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa bagaimana pengaruh potongan uang saku, gaya hidup dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 92 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *cluster sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uang saku secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*, dengan nilai X_1 sebesar 0,372 dan nilai t_{hitung} sebesar 3,302 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,662 atau ($3,302 > 1,662$) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*, dengan nilai X_2 sebesar 0,695 dan nilai t_{hitung} sebesar 6,722 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,662 atau ($6,722 > 1,662$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kontrol diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*, dengan nilai X_3 sebesar 0,378 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,951 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,662 atau ($2,951 > 1,662$) dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan secara sumultan atau bersama-sama antara uang saku, gaya hidup dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa, dengan nilai F_{hitung} 42,820 dan F_{tabel} 2,71 atau ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Besarnya pengaruh uang saku, gaya hidup dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa sebesar 58% dan sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Uang Saku, Gaya Hidup, Kontrol Diri, Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze how the influence of pocket money, lifestyle and self-control on impulse buying of fashion products in FEBI IAIN Langsa students. This study uses quantitative methods. The number of samples used in this study were 92 people. The sampling technique used in this research is cluster sampling technique. The results of this study indicate that pocket money partially has a positive and significant effect on impulse buying of fashion products, with an X_1 value of 0.372 and a t_{count} value of 3,302 while t_{table} is 1,662 or $(3,302 > 1,662)$ with a significance value of $0,001 < 0,05$. Lifestyle partially has a positive and significant effect on impulse buying of fashion products, with X_2 value of 0,695 and t_{count} of 6,722 while t_{table} of 1,662 or $(6,722 > 1,662)$ with a significance value of $0,000 < 0,05$. Partial self-control has a positive and significant effect on impulsive buying of fashion products, with an X_3 value of 0,378 and a t_{count} of 2,951 while t_{table} is 1,662 or $(2,951 > 1,662)$ with a significance value of $0,004 < 0,05$. Furthermore, the results of this study indicate that there is a simultaneous or simultaneous relationship between pocket money, lifestyle and self control on impulsive buying of fashion products in FEBI IAIN Langsa students, with a value of F_{count} 42,820 and F_{table} 2,71 or $(F_{count} > F_{table})$ with a value of significance $0,000 > 0,05$. The magnitude of the influence of pocket money, lifestyle and self control on impulse buying of fashion products in FEBI IAIN Langsa students is 58% and the remaining 42% is explained by other factors not explained in this study.

Keywords: Pocket Money, Lifestyle, Self Control, Impulsive Buying.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji beserta syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa pulashalawatberangkaikan salamkita hadiahkan kepada bagindaRasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca mendapatkan syafa'atnya di yaumil akhir kelak. Skripsi ini ditulis guna memperoleh salahsatu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu(S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam NegeriLangsa gunamendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), dengan judul skripsi“**Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion(Studi KasusMahasiswi FEBI IAINLangsa)**”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yaitu Bapak Amir Syarifuddin dan Ibu Farida Hanum yang selalu memberikan do'a, nasihat, kasih sayang serta dukungan baik moral maupun material.
2. Kepada saudara kandung penulis yaitu Kak Nisfa, Bang Fahruzi, Adik Hafiz dan Alvi, serta saudara ipar penulis yakni Bang Syahrudin dan Kak Dita yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis. Terkhusus kepada keponakan penulis Arsyad yang telah mewarnai hari-hari penulis dengan tingkah lucunya.
3. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku Rektor IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Iskandar, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
5. Bapak Dr. Fahriansah, Lc, MA selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
6. Ibu Nurjanah, M.Ek selaku pembimbing skripsi II dan Bapak Dr. Iskandar, MCL selaku pembimbing skripsi I atas segala bimbingan, arahan serta

saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

7. Ibu Rafiza Zuliani, SH.I, MA selaku pmbimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasihat selamaproses perkuliahan.
8. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
9. Seluruh staff akademik dan staff perpustakaan yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama proses perkuliahan.
10. Kepada sahabat penulis Widiya, Wiwik, Yuni, Yana dan Wulan serta sahabat FATIVAZKA (Fadlunnisa, Mutia dan Eva) yang telah mendukung, memberikan motivasi dan kebersamai dalam perkuliahan maupun kehidupan sehari-hari. Terkhusus kepada sahabat penulis Fadlunnisa yang selalu ada dalam suka maupun duka.
11. Teman-teman seperjuangan terkhusus Unit 3 Ekonomi Syariah angkatan 2017.
12. Seluruh responden yaitu mahasiswi FEBI IAIN Langsa yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga terkumpulnya data dalam penelitian ini.

Semoga dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT. selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun dan saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi bagi penulis dan pembaca.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Langsa, 04 Oktober 2021

Penulis,

Rizka Sari
NIM. 402017092

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. Dibawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es danYe
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
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
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	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
ـَـي	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَـو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba : كَتَبَ

Fa'ala : فَعَلَ

Žakira: ذُكِرَ

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
أَ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	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:

Raudah al-Aṭfal :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-Madīnah al-Munawwarah :	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
Talḥah:	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-Hajj :	الْحَجِّ
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 : الشَّمْسُ

al-Qalamu: القَلَمُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa amzah 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:

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:

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn : وَإِنَّا لِلَّهِ لَهَوَّ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwakhairurrāziqīn

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān : فَأَوْفُوا الْكَيْلَ الْمِيزَانَ

Faaufu al-kaila wal-mīzān

Ibrāhīm al-Khalīl : إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Bismillāhi majrehā wamursāhā : بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمُرسَاهَا

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. Bila mana 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:

Wamā Muhammadun illa rasūl :	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an :	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadanal-lazīunzila fihil-Qur'an	
Wa laqad raāhu bi al-ufuqal-mubīn :	وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ
Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn	
Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn :	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn	

10. Tajwid

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Tujuan Penelitian	11
1.5.2 Manfaat Penelitian	12
1.6. Penjelasan Istilah.....	13
1.7. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II KAJIAN TEORITIS	15
2.1 Konsumsi	15
2.1.1 Pengertian Konsumsi.....	15
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi.....	16
2.2 Konsumsi Dalam Islam.....	18
2.3 Pembelian Impulsif.....	21
2.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif.....	21
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	22
2.3.3 Indikator Pembelian Impulsif	24

2.4	Uang Saku.....	24
2.4.1	Pengertian Uang Saku	24
2.4.2	Tujuan Pemberian Uang Saku	25
2.4.3	Indikator Uang Saku	26
2.5	Gaya Hidup	27
2.5.1	Pengertian Gaya Hidup	27
2.5.2	Aspek-aspek Gaya Hidup	28
2.5.3	Macam-macam Gaya Hidup	28
2.5.4	Indikator Gaya Hidup	30
2.6	Kontrol Diri.....	31
2.6.1	Pengertian Kontrol Diri	31
2.6.2	Faktor-faktor Kontrol Diri	32
2.6.3	Indikator Kontrol Diri	32
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.8.	Kerangka Teori.....	36
2.9.	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	38
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5	Jenis dan Sumber Data	43
3.6	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6.1	Identifikasi Variabel.....	44
3.6.2	Definisi Operasional Variabel	45
3.7	Teknik Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
3.7.1	Uji Validitas.....	46
3.7.2	Uji Reliabilitas	47
3.8	Uji Asumsi Klasik	48

3.8.1	Uji Normalitas.....	48
3.8.2	Uji Autokorelasi.....	49
3.8.3	Uji Multikolinearitas	50
3.8.4	Uji Heterokedastisitas	50
3.8.5	Uji Linearitas	51
3.9	Teknik Analisa Data	52
3.9.1	Analisis Statistic Deskriptif Kuantitatif	52
3.9.2	Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.10	Uji Hipotesis	53
3.10.1	Uji Parsial (Uji t).....	53
3.10.2	Uji Simultan (Uji F)	53
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	55
4.1.1	Sejarah IAIN Langsa.....	55
4.1.2	Visi dan Misi IAIN Langsa	57
4.1.3	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa ..	58
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	59
4.3	Analisis Data	61
4.3.1	Uji Validitas.....	61
4.3.2	Uji Reliabilitas	63
4.4	Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1	Uji Normalitas.....	64
4.4.2	Uji Autokorelasi.....	66
4.4.3	Uji Multikolinearitas	68
4.4.4	Uji Heterokedastisitas	69
4.4.5	Uji Linearitas	70
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.6	Uji Hipotesis	74
4.6.1	Uji Parsial (Uji t).....	74
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	76

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.7 Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Persentasi Perilaku Pembelian Impulsif	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.2 Operasionalisi Variabel	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.7 Rasio Skewness-Kurtosis.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas	71
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	36
Gambar 4.1 Histogram.....	65
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner	96
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS	99
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam, manusia tidak lepas dari kegiatan ekonomi. Di zaman modernisasi saat ini, kebutuhan manusia sering sekali mengarah kepada gaya hidup yang ada sehingga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia mengarah kepada perilaku konsumtif. Konsumtif merupakan perilaku dimana timbul keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang diinginkan hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi sehingga menghiraukan konsep keinginan dan kebutuhan.

Islam memerintahkan untuk melakukan konsumsi secara wajar dan tidak berlebih-lebihan serta menjauhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat menjerumuskan seseorang dalam tindakan menghambur-hamburkan harta secara boros. Sedangkan salah satu ketentuan Alquran dalam bidang ekonomi yang menyangkut aspek konsumsi ialah larangan untuk bertindak secara boros (*israf*). *Tabzir* atau *israf* artinya menghambur-hamburkan harta dalam kemewahan atau secara berlebih-lebihan.¹ Hal ini berdasarkan firman Allah SWT sebagai berikut.²

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang

¹ Abdul Aziz, “*Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 32

² Departemen Agama RI, “*Al-Quran Tajwid & Terjemah*”, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2012), h. 284

pemboros itu adalah saudaranya setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S. Al-Isra/17: 27)

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa orang-orang yang boros dalam membelanjakan harta-harta mereka secara keterlaluan dan tidak adil menyerupai perbutan setan dalam bermaksiat, membangkang, dan berlebihan. Setan itu memiliki tabiat atau kebiasaan mengingkari nikmat Allah dan melupakan kebaikan-kebaikan-Nya.³ Boros di dalam ayat ini juga dimaksudkan kedalam membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak perlu atau dibutuhkan melainkan hanya untuk memenuhi keinginan semata.⁴

Konsumsi berlebihan-lebihan terkadang terjadi karena konsumen tidak membatasi antara kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pembelanjaan. Sedangkan konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan atas adanya kebutuhan bukan dari keinginan. Di dalam perspektif Islam, konsumsi lebih terarah dan terkendali karena di dalam Islam ditegaskan betapa pentingnya pembatasan antara keinginan dan kebutuhan.⁵ Oleh sebab itu, seharusnya konsumen yang belajar mengenai ekonomi Islam dapat menerapkan pola konsumsi yang baik dan benar sesuai dengan aturan Islam.

Perilaku konsumtif atau kecenderungan mengikuti keinginan daripada kebutuhan terjadi hampir pada semua kalangan, baik anak-anak, remaja, maupun dewasa. Hal ini terjadi dipengaruhi oleh pendapatan, gaya hidup dan kurangnya

³ ‘Aidh al-Qarni, “*Tafsir Muyassar*”, Jilid 2, (Jakarta Timur: Qisthi Press, 2008), h. 490

⁴ Muhammad Ahmad Isawi, “*Tafsir Ibnu Mas’ud*”, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), h. 659

⁵ Sumar’in, “*Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 93

kontrol diri sehingga mereka mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan *trend*.⁶ Perilaku konsumtif cenderung melakukan pembelian yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan lain sebagainya.⁷

Pendapatan para konsumen merupakan faktor yang sangat penting dan yang sangat menentukan corak dari permintaan akan barang dan jasa. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa dengan adanya pendapatan yang diperoleh seseorang, dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga mencapai tingkat kepuasan tertentu sesuai dengan yang diharapkan.⁸ Uang saku juga dapat dikategorikan sebagai pendapatan. Perubahan pendapatan yang diperoleh dari bekerja maupun uang saku selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Umumnya, seperti yang dikemukakan oleh Keynes bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin tinggi pula tingkan konsumsinya.⁹ Hal ini dapat menyebabkan seseorang tidak lagi mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan kebutuhan, melainkan melakukan konsumsi atas barang dan jasa berdasarkan keinginan dan gaya hidup yang ada.

⁶ Sri Hanuning, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*", dalam skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011, h. 65

⁷*Ibid*, h. 5

⁸ Yulius Eka Agung Seputra dan Joko Sutrisno, "*Pengantar Ekonomi Mikro*", (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), h. 57

⁹ Nur Laity dan Budiyo Pristyadi, "*Teori Ekonomi*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 162

Kebangkitan budaya konsumen dicirikan dengan gaya hidup (*life style*). Konsep kegiatan belanja saat ini seiring dengan perkembangan zaman tidak lagi sekedar memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi lebih mengarah kepada gaya hidup untuk memenuhi kepuasan pribadi. Gaya hidup yang menunjuk pada kepekaan konsumen baru diidentifikasi sebagai karakter konsumtif modern. Melalui gaya hidup, para konsumen dianggap membawa kesadaran atau kepekaan yang tinggi terhadap perilaku konsumtif.¹⁰

Gaya hidup merupakan dasar motivasi yang mempengaruhi pembelian dan aktivitas yang dilakukan individu. Gaya hidup mencakup jenis produk yang dibeli, bagaimana produk tersebut digunakan, dan apa yang difikirkan tentang produk tersebut. Salah satu tujuan pengembangan gaya hidup ialah untuk memperkuat identitas individu yaitu dengan menggunakan barang-barang yang memiliki merek (*brand*) yang bergengsi dan mahal.¹¹

Kurangnya kontrol diri juga menyebabkan seorang konsumen tidak dapat menahan nafsunya untuk mengonsumsi barang dan jasa yang kurang dibutuhkan. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah tindakan yang efektif untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.¹² Jadi, kurangnya kontrol diri

¹⁰ Sri Hanuning, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif*”, ..., h. 65

¹¹ Fitria Manjasari, “Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik”, *Jurnal Psikosains*, Vol. 12, No. 1, Februari 2017, ISSN: 1907-5235, h. 12

¹² Syamsul Bachri Thalib, “*Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 107

konsumen dapat menyebabkan konsumen mudah tertarik dengan barang-barang baru yang dijumpai di pusat pembelanjaan baik pasar tradisional, *super market*, *mol*, dan lain sebagainya. Hal ini dapat memicu seseorang untuk melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya.

Pembelian tanpa rencana disebut dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*). *Impulsive buying* juga disebut sebagai *unplanned buying* atau pembelian tanpa rencana yang bersifat spontan dan tiba-tiba yang dilakukan dengan mengabaikan konsekuensi dari pembelian tersebut. Orang yang memiliki kecenderungan *impulsive buying* biasanya mengalami minat yang tinggi untuk membeli sesuatu dan minat ini sulit ditinggalkan. Ia rela melakukan apa saja demi mendapatkan barang yang diinginkannya, termasuk berhutang maupun melakukan kredit atas barang tersebut.¹³

Perilaku pembelian impulsif yang lebih menekankan kepada keinginan dapat digolongkan kedalam tindakan menghamburkan harta secara boros. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa di dalam Islam dilarang melakukan konsumsi secara boros dan berlebih-lebihan. Hal ini juga dimuat dalam pembelajaran ekonomi Islam. Namun terkadang masih ditemui konsumen yang sudah mempelajari konsumsi dalam ekonomi Islam akan tetapi masih melakukan pembelian secara impulsif dengan mengabaikan konsep kebutuhan dan keinginan, salah satunya terjadi pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

Salah satu fakultas yang ada di IAIN Langsa ialah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa memiliki

¹³ Budi Raharjo, "*Mendadak Hemat Saat Kepepet*", (Jakarta: TransMedia Pustaka, 2015), h. 37

empat jurusan yaitu perbankan syariah, ekonomi syariah, manajemen keuangan syariah serta jurusan manajemen zakat dan wakaf. Setiap jurusan pada umumnya mempelajari ekonomi mikro Islam, dimana memuat pembelajaran mengenai etika konsumsi yang baik dan benar menurut Islam, salah satu etikanya ialah tidak berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa, serta membatasi antara keinginan dan kebutuhan.

Selain itu mahasiswi FEBI juga mempelajari manajemen keuangan dimana dalam hal ini mahasiswi diajarkan mengenai pengelolaan keuangan pribadi yang baik dan benar. Salah satu bentuk pengelolaan keuangan pribadi yang diajarkan ialah mengelompokkan kebutuhan berdasarkan kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Hal ini dilakukan agar mahasiswi lebih bijak dalam melakukan pembelian dengan mempertimbangkan skala prioritas dan terhindar dari pembelian impulsif. Meskipun demikian, masih banyak dijumpai mahasiswa FEBI IAIN Langsa yang masih melakukan pembelian secara impulsif dan berdasarkan keinginan untuk mencapai tingkat kepuasan khususnya pada produk *fashion*.

Berdasarkan fenomena dan pengamatan sehari-hari yang peneliti lakukan, mahasiswi sering membeli produk *fashion* secara impulsif. Fenomena ini juga terlihat saat penulis melakukan observasi awal dengan survei pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Hasil survey awal yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1. Persentasi Perilaku Pembelian Impulsif

No.	Karakteristik Perilaku Pembelian Impulsif	Frekuensi		Persentase		Total Mahasiswa
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Pernah membeli barang <i>fashion</i> tanpa mempertimbangkan pengeluaran dan pendapatan.	14	6	70%	30%	20
2	Pernah membeli barang <i>fashion</i> tanpa direncanakan sebelumnya.	14	6	70%	30%	20
3	Terkadang saya membeli barang <i>fashion</i> karena keinginan.	19	1	95%	5%	20
4	Saya memiliki minat yang tinggi dalam membeli barang-barang <i>fashion</i> yang sedang tren	12	8	60%	40%	20
5	Saya terkadang membeli produk <i>fashion</i> tanpa perlu berpikir panjang.	13	7	65%	35%	20

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden lebih banyak menjawab “Ya” dari pada menjawab “Tidak” dari setiap pertanyaan yang diajukan. Dari tabel tersebut juga terdapat gambaran yang menunjukkan bahwa beberapa mahasiswi FEBI IAIN Langsa masih sering melakukan pembelian impulsif, dan tingginya jumlah mahasiswi yang masih melakukan pembelian berdasarkan keinginan tanpa mempertimbangkan skala prioritas.

Pembelian impulsif atau pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya sering dialami oleh mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh ketertarikan yang tinggi terhadap suatu produk yang menyebabkan mahasiswa sulit mengontrol keinginannya. Bahkan terkadang mahasiswa melupakan kebutuhannya demi

mengikuti keinginannya. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan seorang mahasiswi dengan inisial “WPA”, ia mengatakan bahwa:

“Saya pernah bahkan sering melakukan pembelian secara mendadak tanpa saya rencanakan sebelumnya. Terkadang saya pergi ke pasar dengan membawa catatan belanja untuk kebutuhan saya, namun sampai di pasar terkadang tidak semua yang terbeli itu yang saya list di daftar belanja, melainkan ada barang yang tidak saya rencanakan yang terbeli, dan bahkan terkadang barang itu bukan yang saya butuhkan melainkan hanya ketertarikan atau keinginan saya saja”

Sebagian besar mahasiswi FEBI IAIN Langsa memperoleh pendapatan dari uang saku yang diberikan oleh orang tua. Sesuai dengan teori konsumsi bahwa semakin besar uang saku yang diberikan orang tua kepada mahasiswi tersebut, makan akan semakin besar pula kesempatan mahasiswi dalam mengkonsumsi suatu barang. Dalam hal ini mahasiswi membelanjakan uang saku yang diberikan oleh orang tua bukan hanya dalam hal kebutuhan pribadi dan perkuliahan melainkan membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan untuk mengikuti gaya hidup yang ada, seperti suka ganti-ganti merk dalam membeli barang, selalu mengikuti *trend* dan suka tampil keren, membeli baju, sepatu, tas, dan *fashion* lainnya yang terbaru.¹⁴

Konsumsi yang dilakukan oleh sebagian besar mahasiswi lebih mengarah kepada keinginan dari pada kebutuhan, bahkan mahasiswi juga sering terlihat seperti sedang bersaing dalam hal penampilan. Mahasiswi yang telah memiliki banyak koleksi barang sejenis khususnya produk *fashion*, seperti memiliki tas, sepatu dengan jumlah lebih dari dua, namun mereka akan berkeinginan untuk

¹⁴ Dwi Mutia, “Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa”, (Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2018), h. 10

membeli kembali barang tersebut dengan model yang terbaru (*ter-update*). Padahal sebenarnya, mereka masih memiliki barang-barang sebelumnya yang masih bagus untuk digunakan, namun karena di dorong oleh hasrat yang besar maka para mahasiswi terkesan akan berusaha mencapai keinginannya tersebut tanpa memperhatikan terlebih dahulu kebutuhan-kebutuhan yang lebih utama sehingga akan menjadi mubazir.¹⁵

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas dengan melihat banyaknya mahasiswi FEBI IAIN Langsa yang masih sering berperilaku pembelian impulsif khususnya untuk produk *fashion*, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Terdapat banyak faktor yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen mahasiswi ke arah pembelian impulsif.
2. Masih banyak mahasiswi termasuk mahasiswi FEBI IAIN Langsa, kurang mampu mengelola keuangan dengan baik serta membelanjakan uang sakunya secara tidak rasional mengarah kepada pembelian secara impulsif.

¹⁵*Ibid*, h. 11

3. Pemenuhan kebutuhan mahasiswi saat ini tidak hanya berdasarkan kebutuhan semata, tetapi bergeser pada gaya hidup yang ada, terutama pada produk *fashion*.
4. Masih banyak mahasiswi yang tidak bisa mengontrol keinginannya dengan memperhatikan skala prioritas dalam melakukan pembelian produk, termasuk mahasiswi FEBI IAIN Langsa.
5. Masih banyak mahasiswi yang melakukan pembelian impulsif dikarenakan mengikuti *trend* yang ada, berdasarkan gaya hidup dan disebabkan oleh kurangnya kontrol diri.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pada penelitian ini penulis akan membatasi masalah agar masalah yang diteliti dapat terfokus dan terarah dengan mencapai tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uang saku yang diteliti adalah pendapatan yang diterima oleh mahasiswi FEBI IAIN Langsa.
2. Gaya hidup yang diteliti adalah gaya hidup modern yang mempengaruhi mahasiswi FEBI IAIN Langsa.
3. Kontrol diri yang diteliti adalah kontrol diri dalam melakukan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa.
4. Perilaku pembelian impulsif yang diteliti adalah perilaku pembelian impulsif mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

5. Perilaku pembelian impulsif yang diteliti adalah produk *fashion* yaitu pakaian, tas, sepatu, kosmetik, dan aksesoris.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah uang saku berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa?
3. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa?
4. Apakah uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh secara simultan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh uang saku terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa.

4. Untuk mengetahui pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri secara simultan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir kritis.
2. Bagi mahasiswi FEBI IAIN Langsa, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswi, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif serta mengurangi perilaku pembelian impulsif.
3. Bagi kampus, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan untuk pertimbangan bagi peningkatan kesadaran skala prioritas kebutuhan mahasiswi agar terhindar dari pembelian impulsif, khususnya mahasiswi FEBI IAIN Langsa.
4. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran akan pentingnya perencanaan agar terhindar dari pembelian impulsif, serta dapat dijadikan referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah yang merupakan penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

1. Uang saku, merupakan uang yang diberikan untuk membeli sesuatu yang diperlukan oleh para pelajar dalam memenuhi kebutuhan seperti makan, minuman, pakaian, kos dan lain sebagainya.¹⁶
2. Gaya hidup, merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.¹⁷
3. Kontrol diri, merupakan kemampuan individu atau seseorang untuk mengendalikan segala dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri maupun yang berasal dari luar diri individu itu sendiri.¹⁸
4. Pembelian impulsif yaitu suatu pembelian yang segera dan tiba-tiba tanpa adanya niat sebelum belanja, untuk membeli produk spesifik dan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Perilaku ini terjadi setelah mengalami suatu dorongan untuk membeli yang sifatnya spontan tanpa banyak refleksi.¹⁹

¹⁶ Noni Purnama Sari, “Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Bengkulu”,(Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu, h. 40

¹⁷ Melissa Paendong, “Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 tahun 1016, h. 389

¹⁸Syamsul Bachri Thalib, “Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif”,...,h. 107

¹⁹ Budi Raharjo, “Mendadak Hemat Saat Kepepet”,..., h. 37

1.7. Sistematika Pembahasan

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

Bab I : Pendahuluan

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

Bab II : Kajian Teoritis

Bab ini membahas mengenai landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis, dan hipotesa penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

Bab IV : Temuan Penelitian

Bab ini menguraikan tentang hasil analisis peneliti dan pembahasan yang diperoleh dari gambaran umum responden terkait variabel dan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab V : Penutup

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

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Konsumsi

2.1.1 Pengertian Konsumsi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kata konsumsi itu diartikan dengan pemakaian barang hasil produksi. Secara luas konsumsi adalah kegiatan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, baik secara sekaligus maupun berangsur-angsur untuk memenuhi kebutuhan. Orang yang memakai, menghabiskan atau mengurangi kegunaan barang atau jasa disebut konsumen.²⁰

Menurut Dani Fardani makna konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan pokok, sekunder, barang mewah, maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi dalam pengertian umum berarti memakai barang-barang hasil produksi. Menurut istilah ekonomi, konsumsi berarti kegiatan menggunakan, memakai, atau menghasilkan barang dengan maksud memenuhi kebutuhan.²¹ Faktor yang sangat menentukan terhadap besar kecilnya jumlah pengeluaran untuk konsumsi adalah pendapatan. Semakin besar pendapatan semakin besar pula pengeluaran.

²⁰<https://kbbi.web.id/konsumsi>, diakses pada tanggal 17 Februari 2021

²¹Dani Fardani, *“Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi”*, dalam Noni Purnama Sari, *“Pengaruh Uang Saku terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu”*, Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu, 2019, h. 11

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi

Besar kecilnya tingkat konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:²²

1. Tingkat Pendapatan dan Kekayaan

Sangat lazim apabila tinggi rendahnya daya konsumsi seseorang atau masyarakat berhubungan dengan tinggi rendahnya tingkat pendapatan dan kekayaan, karena perilaku konsumsi secara psikologis memang berhubungan dengan tingkat pendapatan dan kekayaan. Artinya, apabila pendapatan tinggi maka konsumsinya semakin tinggi (baik dalam jumlah maupun dalam nilai) karena ini berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan yang tidak terbatas. Begitu pula sebaliknya, apabila pendapatan rendah maka konsumsinya juga relatif rendah karena berhubungan dengan keinginan bertahan hidup.

2. Tingkat Suku Bunga dan Spekulasi

Sikap masyarakat tertentu adakalanya mau mengorbankan konsumsi untuk mendapatkan perolehan yang lebih besar dari suku bunga yang berlaku dari uang yang ditabung, sehingga apabila suku bunga tinggi konsumsi masyarakat berkurang meskipun pendapatannya tetap, begitupun sebaliknya. Selain suku bunga, tingkat spekulasi masyarakat juga mempengaruhi tingkat konsumsi, masyarakat bisa saja mengurangi konsumsinya karena berharap pada hasil yang besar dari uang yang dikeluarkan untuk bermain di pasar saham atau obligasi (menunda konsumsi

²² Iskandar Putong, "*Economics Pengantar Mikro Dan Makro*", (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2003), h. 348

tinggi) tentu dengan harapan akan bisa melakukan konsumsi yang lebih besar apabila dalam kegiatan spekulasi itu mendapatkan hasil yang sesuai yang diharapkan.

3. Sikap Berhemat

Pada dasarnya sikap berhemat dengan peningkatan kapasitas produksi nasional saling bertentangan. Di satu sisi untuk memperbesar kapasitas produksi nasional maka konsumsi haruslah ditingkatkan. Akan tetapi di sisi lain untuk meningkatkan pendanaan dalam negeri agar investasi dapat berjalan dengan mudah dan relatif murah serta aman maka tabungan masyarakat harus ditingkatkan. Akan tetapi manakala tingkat perekonomian sudah mencapai kondisi ideal biasanya masyarakat akan cenderung hidup berhemat sehingga akan memperbesar proporsi tabungan dari pada proporsi konsumsi dari pendapatannya.

4. Budaya, Gaya Hidup (Pamer, Gengsi, dan Ikut Arus) dan *Demonstrasi Effect*

Gaya hidup masyarakat yang cenderung mencontoh konsumsi baik itu dari tetangganya, masyarakat sekitarnya atau dari masyarakat yang pernah dilihat atau dibacanya di media massa menjadikan konsumsi masyarakat terpengaruh. Konsumsi untuk produk-produk yang belum saat ini dibutuhkan dan dibeli hanya demi gengsi, ikut arus membuat tingkat tabungan masyarakat menjadi rendah. Demikian juga halnya dengan dampak *demonstration effect* yang menjadikan pola konsumsi masyarakat yang terlalu konsumtif sehingga mengurangi tingkat tabungan.

5. Keadaan Perekonomian

Pada saat perekonomian dalam kondisi stabil maka konsumsi masyarakat juga akan stabil, akan tetapi manakala perekonomian mengalami krisis maka biasanya tabungan masyarakat akan menjadi rendah dan konsumsi akan menjadi tinggi karena kurangnya kepercayaan pada lembaga perbankan dan semakin mahal serta langkanya barang-barang kebutuhan.

2.2 Konsumsi Dalam Islam

Dalam bidang ekonomi, Islam memuat etika pada bidang konsumsi. Etika Islam dalam konsumsi berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT, sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا

Artinya: “Wahai umat manusia, makanlah apa yang ada di bumi, dengan cara yang sah dan baik,...”.²³

Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah yang diciptakan Allah untuk manusia. Konsumsi dan pemuasan kebutuhan tidak dilarang dalam Islam selama keduanya tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau merusak.²⁴

²³ Q.S. Al-Baqarah, 2: 168

²⁴ Abdul Aziz, “*Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 38

Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan dilarang dalam dan disebut dengan istilah *ishraf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan dalam suatu hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan seimbang, yakni pola yang terletak antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *ishraf* dan tidak disenangi dalam Islam.²⁵ Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

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

Artinya: “Wahai anak cucu adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”²⁶

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Dalam konsumsi, seorang muslim juga harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan dikonsumsi.²⁷

²⁵ Ibid, h. 38

²⁶ Q.S. Al-A'raf, 7: 31

²⁷ Arif Pujiono, “Teori Konsumsi Islami”, *Jurnal Dimanika Pembangunan*, Vol. 3 No. 2 (Desember 2016), h. 198

Anjuran Islam dalam hal konsumsi dituntun oleh seperangkat etika dan norma yang harus dipegang, diantaranya sebagai berikut:²⁸

1. Prinsip keadilan, berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kebaikan.
2. Prinsip kebersihan, dalam arti sempit merupakan bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas ialah bebas dari segala sesuatu yang tidak diberkahi Allah SWT. Benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubaziran atau bahkan merusak.
3. Prinsip kesederhanaan, yaitu tidak berlebih-lebihan dalam melakukan konsumsi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri.

Larangan kikir dalam konsumsi terdapat dalam al-Quran sebagai berikut:

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُمْ بِالْفَحْشَاءِ ۗ وَاللَّهُ يَعِدُكُمْ مَغْفِرَةً مِّنْهُ وَفَضْلًا ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengatahui.²⁹

4. Prinsip kemurahan hati, Islam tidak melarang untuk melakukan konsumsi selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang

²⁸ Aldina Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam", *Jurnal DINAR Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No,1 (Agustus 2016), h. 7

²⁹ Q.S Al-Baqarah, 2 : 268

membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, maka Allah SWT telah memberikan anugerah-Nya kepada manusia.

5. Prinsip moralitas, pada akhirnya konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

2.3 Pembelian Impulsif

2.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif

Pembelian Impulsif menurut Beatty dan Ferrel yaitu suatu pembelian yang segera dan tiba-tiba tanpa adanya niat sebelum belanja, untuk membeli produk spesifik dan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Perilaku ini terjadi setelah mengalami suatu dorongan untuk membeli yang sifatnya spontan tanpa banyak refleksi. Selain itu pembelian impulsif menurut Rook dan Fisher merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, secara terburu-buru dan didorong oleh aspek psikologi emosional terhadap suatu produk dan tergoda oleh persuasi dari pemasar³⁰

Berkaitan dengan pembelian spontan, Cobb dan Hoyer menyatakan bahwa pembelian impulsif terjadi ketika konsumen tidak mempunyai rencana mengenai merek atau kategori produk yang akan dibeli ketika akan memasuki sebuah toko. Ada tiga jenis pembelian impulsif yaitu:³¹

³⁰ Jondry A. Hetharie, "Model Kecenderungan Pembelian Impulsif", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Manajemen (STIEM) Ratu Nusa Ambon, dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vo. 11 No. 3, 2012, h. 282

³¹ *Ibid*, h. 282

1. Pembelian tanpa rencana sama sekali. Pembeli belum mempunyai rencana apapun terhadap pembelian suatu barang, dan membeli barang itu ketika terlihat.
2. Pembelian yang setengah tak direncanakan. Konsumen sudah rencana membeli suatu barang namun tidak mempunyai rencana merek atau jenis barang barang yang akan dibeli, dan membeli begitu saja ketika melihat barang tersebut.
3. Barang pengganti yang tak direncanakan. Konsumen sudah berniat membeli suatu barang dengan merek atau jenis tertentu, dan membeli barang yang dimaksud namun dengan merek atau jenis yang lain.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Fatkhul In'am dan kawan-kawan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif, antara lain:³²

1. Store Atmosphere

Store atmosphere merupakan desain toko yang mencakup komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma yang merangsang persepsi pelanggan dan respon emosi yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Suatu toko yang memiliki desain luar unik, mendorong rasa penasaran dalam diri konsumen tentang apa yang ada di toko tersebut.

³² M. Fatkhul In'am, "Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif", Fakultas Administrasi Universitas Brawijaya, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 36 No. 1, (Juli 2016), h. 99

2. *Shopping Lifestyle*

Shopping lifestyle merupakan gaya hidup yang mengacu pada bagaimana seseorang menjalani kehidupan sehari-hari dengan menghabiskan waktu, uang, sikap dan pendapat mengenai kegiatan pembelian mereka tentang keadaan dimana seseorang itu tinggal. Hal ini menunjukkan cara hidup seseorang yang lebih memilih mengalokasikan pendapatannya untuk mendapatkan berbagai produk dan layanan yang mampu memenuhi hasrat keinginannya agar meningkatkan status sosial dalam kehidupan sehari-hari.

3. Kelompok Referensi

Sebuah kelompok (*group*) merupakan kumpulan dari dua atau lebih orang-orang yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, tujuan tersebut bisa merupakan tujuan individu atau tujuan bersama. Kelompok belanja merupakan dua atau lebih orang konsumen yang berbelanja bersama pada waktu yang sama. Kehadiran orang lain dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk lebih banyak dibandingkan jika konsumen berbelanja sendiri.

4. Motivasi Belanja Hedonis

Istilah hedonisme merupakan keinginan seseorang terhadap kenikmatan, dan hal tersebut yang paling penting untuk didapatkan. Terdapat beberapa kategori dari belanja hedonis diantaranya adalah:³³

- a. *Adventure shopping* yaitu belanja untuk suatu perjalanan, dilakukan untuk berpetualang.

³³*Ibid*, h. 94

- b. *Gratification shopping* yaitu berbelanja dilakukan dengan tujuan, menghilangkan stress, memberikan kesenangan dan mengurangi rasa bosan.

2.3.3 Indikator Pembelian Impulsif

Ada beberapa indikator dari pembelian impulsif, antara lain:³⁴

1. Pembelian spontan, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu.
2. Pembelian tanpa berfikir akibat, merupakan keadaan dimana pelanggan sering melakukan pembelian tanpa memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan.
3. Pembelian terburu-buru, merupakan keadaan dimana pelanggan sering kali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu.
4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional, yaitu penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakan.

2.4 Uang Saku

2.4.1 Pengertian Uang Saku

Uang secara umum adalah sesuatu yang dapat diterima secara umum sebagai alat pembayaran yang sah dalam suatu wilayah tertentu atau sebagai alat pembayaran utang. Uang juga sebagai alat untuk melakukan pembelian barang dan jasa, dengan kata lain bahwa uang merupakan suatu alat yang dapat digunakan

³⁴ Barley dan Nancarrow dalam Aprilia Eka Sari, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume XIII, No. 1, (Mei 1014), h. 58

dalam wilayah tertentu berfungsi pula media pertukaran.³⁵ Menurut Al-Ghazali bahwa:

“Uang dibutuhkan sebagai nilai suatu barang. Dengan adanya uang sebagai ukuran nilai barang maka uang akan pertukaran dan menetapkan nilai yang wajar dari pertukran tersebut”.³⁶

Uang Saku merupakan uang yang diberikan untuk membeli sesuatu yang diperlukan oleh para pelajar dalam memenuhi kebutuhan seperti makan, minuman, pakaian, kos dan lain sebagainya. Uang saku diberikan secara harian, mingguan, ataupun bulanan, yang membuat mereka dapat membayar hal-hal yang penting bagi mereka.³⁷

2.4.2 Tujuan Pemberian Uang Saku

Tujuan pemberian uang saku adalah sebagai media pembelajaran anak supaya ia dapat mengelola keuangan dengan benar. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan uang saku.³⁸

1. Berikan uang saku sesuai dengan tahapan usia

Semakin besar usia anak, pasti akan semakin besar juga uang saku yang harus diberikan. Anak dengan usia lebih besar juga pasti membutuhkan lebih banyak asupan makanan sehingga ia butuh uang saku lebih banyak.

³⁵ Akhmad Mujahidin, “*Ekonomi Islam*”, (Jakarta: RajaGrafindo, 2013), h. 59

³⁶ Nur Rianto, “*Teori Makroekonomi Islam*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 57

³⁷ Noni Purnama Sari, “*Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Bengkulu*”,..., h. 40

³⁸ Putu M. Wijaya, “*Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang*, (Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual), h. 4

2. Jauh dekatnya jarak antara sekolah dan rumah

Anak yang datang dan pergi sekolah bersama dengan orangtuanya pasti akan berbeda jumlah uang sakunya bila dibandingkan dengan anak yang harus menggunakan transportasi umum dalam menempuh perjalanannya.

3. Aktifitas apa saja yang dimiliki

Anak yang mengikuti kegiatan ekstra kulikuler atau organisasi lainnya membutuhkan uang saku ekstra. Selain untuk tambahan uang saku makan. Anda juga wajib memperhatikan apakah dalam kegiatan organisasinya tersebut ada semacam uang kas, patungan untuk mengadakan kegiatan lainnya.

4. Perhatikan berapa jumlah uang yang didapatkan teman-teman seusianya

Jangan sampai anak menerima jumlah yang terlalu besar jangan juga terlalu sedikit. Hitunglah jumlah yang sesuai dengan kebutuhan anak.

2.4.3 Indikator Uang Saku

Adapun yang menjadi indikator atau alat ukur dalam uang saku adalah:³⁹

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. Pemberian dari orangtua. Pemberian uang saku yang berperiode tertentu tersebut mengharuskan seorang mahasiswa mengelola uang saku yang diterima dengan baik agar cukup untuk memenuhi kebutuhan sampai periode yang ditentukan.

³⁹ Entika Indrianawati, "Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pasca Sarjana", *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, (2015), h. 2.

3. Penghasilan. Penghasilan atau pendapatan adalah suatu tambahan ekonomis seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.5 Gaya Hidup

2.5.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.⁴⁰ Gaya hidup (*lifestyle*) mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Maka dari itu gaya hidup juga merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasinya waktu. Gaya hidup memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang. Gaya hidup juga mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang⁴¹.

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

⁴⁰ Melissa Paendong, "Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04, (2016), h. 389

⁴¹ Mehta Nilarisme Dewi dan Hatane Samuel, "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 3 No. 1, (2015), h. 3

berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.⁴²

2.5.2 Aspek-aspek Gaya Hidup

Adapun aspek gaya hidup bila dilihat dari sisi negatifnya, maka gaya hidup yang konsumtif akan menimbulkan dampak sebagai berikut:⁴³

1. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
2. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.
3. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

2.5.3 Macam-macam Gaya Hidup

Adapun macam-macam gaya hidup antara lain:⁴⁴

1. Gaya hidup mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan mengenali kelebihan dan

⁴² Bagong Suyanto, *“Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme”*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 138-143.

⁴³ Dwi Mutia, *“Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi”*, Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, 2018, h. 30

⁴⁴ *Ibid*, h. 38

kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

2. Gaya hidup modern

Di zaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut seseorang untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak orang yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam hal pemahaman teknologi.

3. Gaya hidup Sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif.

4. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

5. Gaya hidup hemat

Hidup hemat bukan berarti mengurangi konsumsi, hidup hemat adalah mengurangi konsumsi saat ini guna dapat mengkonsumsi lebih banyak di masa depan. Dengan mengkonsumsi lebih banyak di masa depan maka kita tidak bisa dikatakan berhemat. Hidup sesuai kemampuan lebih tepat daripada hidup hemat.

2.5.4 Indikator Gaya Hidup

Menurut Ujang Sumarwan, gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan sikap. Gaya hidup di definisikan sebagai pola dimana orang hidup menggunakan waktu serta uangnya. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam psikografinya, yaitu teknik untuk mengukur gaya hidup dan mengembangkan klasifikasi gaya hidup terdiri dari:⁴⁵

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

⁴⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 67

dari pada gerakan yang menuju ke sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

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

2.6 Kontrol Diri

2.6.1 Pengertian Kontrol Diri

Pakar psikologi kontrol diri, Lazarus menjelaskan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Secara sederhana Glietman menyatakan bahwa kontrol diri merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan tanpa terhalangi baik oleh rintangan maupun kekuatan yang berasal dari dalam diri individu.⁴⁶

Jadi, kontrol diri merupakan kemampuan individu atau seseorang untuk mengendalikan segala dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri maupun yang berasal dari luar diri individu itu sendiri. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah

⁴⁶ Syamsul Bahri Thalib, “*Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 107

tindakan yang efektif untuk menghasilkan suatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.

2.6.2 Faktor-faktor Kontrol Diri

Kontrol diri masuk ke dalam ilmu psikologi yang memiliki faktor tersendiri, adapun faktor yang biasa terjadi dalam kontrol diri, yaitu:⁴⁷

1. Faktor Internal

Faktor internal yang termasuk ke dalam kontrol diri adalah usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya. Individu yang matang secara psikologis juga akan mampu mengontrol perilakunya karena telah mampu mempertimbangkan antara hal baik dan buruk bagi dirinya.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang menyangkut kontrol diri diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Oleh sebab itu orang tua perlu menerapkan sikap disiplin terhadap anaknya sedini mungkin dan orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak apabila menimpang dari yang sudah ditetapkan. Maka dari konsekuensi itu menjadi pelajaran bagi anak dan menjadi kontrol diri bagi dirinya.

2.6.3 Indikator Kontrol Diri

Secara umum, kontrol diri dibedakan atas tiga kategori utama yang dapat dijadikan skala pengukuran dalam kontrol diri yaitu:⁴⁸

⁴⁷ Arif Munandar, "Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dalam Perspektif Ekonomi Islam", Skripsi Sarjana, FEBI IAIN Langsa, 2019, h. 37

1. Mengontrol perilaku (*behavioral control*)

Mengontrol perilaku merupakan kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan.

2. Mengontrol kognitif (*kognitive control*)

Mengontrol kognitif merupakan cara seseorang dalam menafsirkan, menilai, dan menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif.

Mengontrol kognisi merupakan kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan.

3. Mengontrol keputusan (*decision control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi baik bila individu memiliki kesempatan, kebebasan, dan berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian yang baru. Ada beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul dan Metode	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	M. Ro'is Am, 2020	Nilai dan Kontrol Diri sebagai Faktor Pembentuk Sikap dalam Perilaku Pembelian Impulsif Antar	Menunjukkan bahwa: kontrol diri mempengaruhi sikap dan pembelian impulsif secara	Sama-sama meneliti pengaruh variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif.	Tidak terdapat variabel uang saku dan gaya hidup, serta memiliki objek

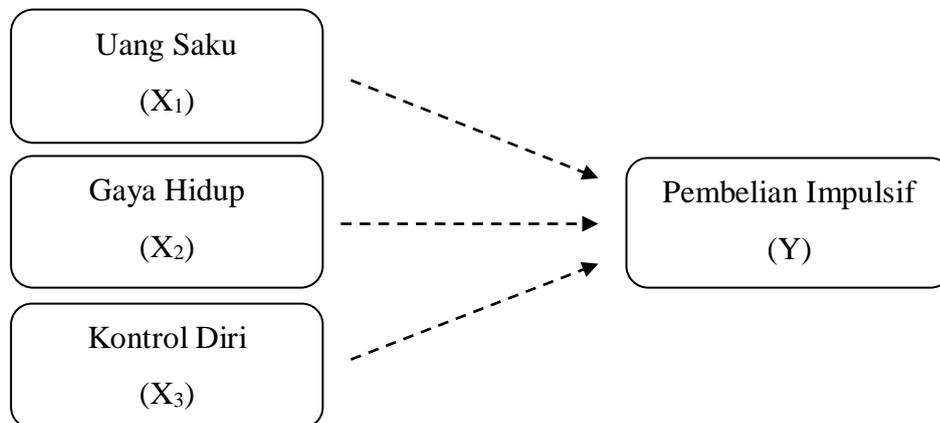
⁴⁸ Arif Munandar, "Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ..., h. 35

		Generasi Kuantitatif	signifikan.		enelitian yang berbeda.
2	M. Fatkhul In'am,dkk., 2016	Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif Kuantitatif	Menunjukkan bahwa: terdapat lima faktor yang membentuk pembelian impulsif, yaitu faktor <i>Store</i> <i>Atmosphere</i> , <i>shopping</i> <i>lifestyle</i> , kelompok referensi, kepercayaan merek, dan motifasi belanja hidonis. Kelima faktor ini secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.	Sama-sama meneliti variabel gaya hidup atau <i>lifestyle</i> dan pengaruhny a terhadap pembelian impulsif.	Penelitian sebelumnya menganalisis faktor-faktor yang mempengar uhi pembelian impulsif, sedangkan dalam penelitian ini meneliti pengaruh variabel yang telah ditentukan yaitu uang saku, gaya hidup dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif.
3	Nimas Wulandari, 2020	Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) terhadap Keputusan Impulse Buying pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart	Menunjukkan bahwa: potongan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan impulse buying pada perusahaan ritel Jumbo	Sama-sama meneliti pengaruh suatu variabel terhadap pembelian impulsif.	variabel independent pada penelitian sebelumnya yaitu potongan harga, sedangkan variabel independent pada

		Kuantitatif	Mart kota Pekanbaru		penelitian ini ialah uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri.
4	Mir'atil Isnaini dan Rose Rahmidani, 2021	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Produk <i>Fashion</i> . Kuantitatif	Menunjukkan bahwa: variabel <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Price Discount</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Produk <i>Fashion</i> di Ramayana Plaza Andalas.	Memiliki variabel dependent yang sama yaitu pembelian impulsif (<i>Impulse Buying</i>) dan sama sama produk <i>fashion</i> .	Memiliki variabel independent yang berbeda. Pada penelitian sebelumnya yaitu <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Price Discount</i> , sedangkan pada penelitian ini yaitu uang saku, gaya hidup dan kontrol diri.
5	Agustina Mutia, 2017	Pengaruh Gaya Hidup dan Minat terhadap Kebiasaan Pembelian Barang yang Tidak Terencana Masyarakat Kota Jambi. Kuantitatif	Menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan minat berpengaruh terhadap kebiasaan pembelian barang yang tidak terencana masyarakat kota Jambi.	Memiliki satu variabel independent yang sama, yaitu gaya hidup.	Tidak terdapat variabel uang saku dan kontrol diri, serta meneliti objek penelitian yang berbeda.

2.8. Kerangka Teori

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas, maka diperlukan kerangka pemikiran atau teori yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka teori dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teori

2.9. Hipotesis

Hipotesis secara sederhana dapat diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang harus diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis merupakan gabungan dari kata “*hypo*” dan “*tesis*” yang berarti kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru

dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti.⁴⁹ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh uang saku terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H_{a1} : Terdapat pengaruh uang saku terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H_{a2} : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H_{a3} : Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh positif uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

H_{a4} : Terdapat pengaruh positif uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

⁴⁹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, “*Metodologi Penelitian Ekonomi, Buku Ajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara*”, (Medan, 2016), h. 25

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Selain itu penelitian kuantitatif juga menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang akan diteliti yaitu X1 (Uang Saku), X2 (Gaya Hidup), X3 (Kontrol Diri) dan Y (Pembelian Impulsif) agar didapat hasil yang akurat yaitu dilakukan pengujian statistik menggunakan SPSS agar hasil yang di dapatkan positif dan signifikan. Menurut Sugiono penelitian deskriptif kuantitatif adalah keakuratan deskripsi suatu variabel dan keakuratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri dari suatu objek penelitian mahasiswa yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis kuantitatif (kuesioner) serta pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda.⁵⁰

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

⁵⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Administrasi*”, Cet. Ke-19, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 91

deduktif untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris.⁵¹ Metode ini juga disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis.⁵²

Sifat pada penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan unuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).⁵³ Adapun varibel independen dalam penelitian ini ialah uang saku (X_1), gaya hidup (X_2), dan kontrol diri (X_3). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah pembelian impulsif (Y).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi dikampus Institit Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), yang beralamat di Jln.Meurandeh, Kota Langsa, Provinsi Aceh, Telp. (0641) 23129. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2021.

⁵¹ Ahmad Tanzeh, “*Metodologi Penelitian Praktis*”, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 64

⁵² Nur Ahmadi Bi Rahmani, “*Metodologi Penelitian Ekonomi*”, Buku Ajar Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016, h. 8

⁵³ Sugiono dalam Pricilia Lampengan, dkk., “*Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora*” dalam Jurnal EMBA, Vol 7 N0. 4, Oktober 2019, h. 5696

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴ Berdasarkan data yang telah diperoleh bahwa jumlah populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang aktif sebanyak 1.125 orang. Data di dapat dari akademik FEBI IAIN Langsa.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵⁵ Penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk menentukan mana yang dijadikan sampelnya, maka wilayah populasi ditetapkan dahulu secara random, dan menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswi FEBI IAIN Langsa, yang terbagi menjadi empat jurusan, diantaranya perbankan syariah, ekonomi syariah, manajemen keuangan syariah, dan manajemen zakat dan wakaf. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam masing-masing jurusan menggunakan teknik *proporsional stratified random sampling* mengingat jumlahnya yang bisa saja berbeda.⁵⁶ Pada penelitian ini responden yaitu mahasiswi FEBI IAIN Langsa akan diberikan koesioner dengan melalui google form.

⁵⁴ Azuar Juliandi dan Irfan , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*”, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 67

⁵⁵ Sugiono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 92

⁵⁶ Nur Ahmadi Bi Rahmani, “*Metodologi Penelitian Ekonomi*”, ..., h. 38

Pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin:⁵⁷

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

Keterangan: n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (10% atau 0,01)

Perhitungan sampelnya yaitu:

$$n = \frac{1.125}{1.125(0,1)^2 + 1}$$

$$n = 91,8 \text{ dibulatkan menjadi } 92 \text{ orang}$$

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini sebesar 92 orang.

Selanjutnya menentukan jumlah sampel untuk masing-masing jurusan menggunakan teknik *proporsional stratified random sampling* mengingat jumlahnya yang berbeda. Berikut ini jumlah mahasiswa aktif semester ganjil tahun ajaran 2020/2021 berdasarkan program studi:

Perbankan Syariah (PBS) : 516 orang

Ekonomi Syariah (EKS) : 334 orang

Manajemen Keuangan Syariah (MKS) : 232 orang

⁵⁷ Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*”, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 105

Manajemen Zakat dan Waqaf (MZW) : 43 orang

Maka jumlah sampel yang diambil berdasarkan masing-masing jurusan tersebut ditentukan kembali dengan rumus berikut:⁵⁸

$$n = \frac{\text{Populasi kelas}}{\text{Jumlah populasi keseluruhan}} \times \text{jumlah sampel yang ditentukan}$$

$$\text{Perbankan Syariah} : \frac{516}{1.125} \times 92 = 42,1 = 42 \text{ orang}$$

$$\text{Ekonomi Syariah} : \frac{334}{1.125} \times 92 = 27,3 = 27 \text{ orang}$$

$$\text{Manajemen Keuangan Syariah} : \frac{232}{1.125} \times 92 = 18,9 = 19 \text{ orang}$$

$$\text{Manajemen Zakat dan Waqaf} : \frac{43}{1.125} \times 92 = 3,5 = 4 \text{ orang}$$

Sehingga dari keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah $42 + 27 + 19 + 4 = 92$ sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan koesioner. Daftar pertanyaan (koesioner) adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk tujuan khusus yang memungkinkan seseorang analisis system untuk mengumpulkan data dan pendapat dari responden yang telah dipilih. Daftar pertanyaan ini kemudian dikirim kepada para responden yang akan mengisinya sesuai dengan pendapat mereka.⁵⁹ Setelah mendapat data dari responden melalui koesioner/angket kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical for Social Science*).⁶⁰

⁵⁸ Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Metodologi Penelitian Ekonomi", ..., h. 37

⁵⁹ *Ibid*, h. 53

⁶⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 426

Koesioner diberikan kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi responden dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai tingkat pembelian impulsif. Data yang diperoleh masih merupakan data kualitatif (berupa pernyataan dalam bentuk kuesioner), maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentransformasian dalam bentuk data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka.

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

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner

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

3.5 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data yaitu sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya seperti, wawancara, angket dan pengamatan atau observasi.⁶¹ Data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu dari responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
2. Data skunder, yaitu data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya.⁶² Seperti diperoleh dari literatur, skripsi, tesis, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi atau data-data lain yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini.

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang terdiri dari beberapa variabel yang akan diuji peneliti yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel *Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel terikat, dimana dalam penelitian ini terdiri dari uang saku (X_1), gaya hidup (X_2) dan kontrol diri (X_3).
2. Variabel Terikat (Variabel *Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya perubahan dari variabel bebas, dimana dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu pembelian impulsif (Y).

⁶¹ Azuar Juliandi dan Irfan , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*”, (Bandung: Citapustaka Media Perintis), h. 67

⁶²*Ibid*, h. 67

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

1. Uang Saku (X_1)

Uang Saku merupakan uang yang diberikan untuk membeli sesuatu yang diperlukan oleh para pelajar dalam memenuhi kebutuhan seperti makan, minuman, pakaian, kos dan lain sebagainya.

2. Gaya Hidup (X_2)

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

3. Kontrol Diri (X_3)

Kontrol diri merupakan kemampuan individu atau seseorang untuk mengendalikan segala dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri maupun yang berasal dari luar diri individu itu sendiri.

4. Pembelian Impulsif (Y)

Pembelian Impulsif yaitu suatu pembelian yang segera dan tiba-tiba tanpa adanya niat sebelum belanja, untuk membeli produk spesifik dan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Perilaku ini terjadi setelah mengalami suatu dorongan untuk membeli yang sifatnya spontan tanpa banyak refleksi.

Tabel 3.2 Operasionalisi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Uang Saku (X_1)	Merupakan uang yang diberikan untuk membeli sesuatu yang diperlukan oleh para pelajar dalam memenuhi kebutuhan seperti makan, minuman, pakaian, kos dan lain sebagainya.	1. Pemanfaatan 2. Pemberian orang tua 3. Penghasilan	Skala Likert

Gaya Hidup (X ₂)	Merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini	Skala Likert
Kontrol Diri (X ₃)	Merupakan kemampuan individu atau seseorang untuk mengendalikan segala dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri maupun yang berasal dari luar diri individu itu sendiri.	1. Perilaku 2. Kognitif 3. Keputusan	Skala Likert
Pembelian Impulsif (Y)	Yaitu suatu pembelian yang segera dan tiba-tiba tanpa adanya niat sebelum belanja, untuk membeli produk spesifik dan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Perilaku ini terjadi setelah mengalami suatu dorongan untuk membeli yang sifatnya spontan tanpa banyak refleksi.	1. Pembelian Spontan. 2. Pembelian tanpa berfikir akibat. 3. Pembelian terburu-buru. 4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional.	Skala Likert

3.7 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Pada pengujian validitas ini dilakukan dalam penelitian bertujuan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk mealakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor

total. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Adapun kriteria uji validitas adalah sebagai berikut:⁶³

1. H_0 ditolak, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.05)
2. H_0 diterima, jika jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0.05)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koefisien dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang *reliable*.

Uji reliabilitas dalam hal ini mengacu pada nilai Alpha yang terdapat dalam tabel output SPSS. Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas antara lain sebagai berikut:⁶⁴

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 artinya kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konstan.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.60 artinya kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konstan.

⁶³ Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Metodologi Penelitian Ekonomi", ..., h. 63

⁶⁴ Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24", Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2019, h. 11

3.8 Uji Asumsi Klasik

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

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara berikut ini:⁶⁵

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

Cara lain untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis. Pedoman pengambilan keputusan dalam hal ini ialah sebagai berikut:⁶⁶

1. Bila rasio kurtosis dan skewness berada di antara -2 dan +2, maka distribusi data adalah normal.

⁶⁵ Imam Ghozali, *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 147

⁶⁶ Rifyal Dahlawy, *"Modul SPSS 24"*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2019, h. 16

2. Bila rasio kurtosis dan skewness berada di bawah -2 dan di atas +2, maka distribusi data adalah tidak normal.

3.8.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menjelaskan bahwa persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Autokorelasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi antara variabel gangguan pada periode lain. Sifat autokorelasi muncul bila terdapat korelasi antara data yang diteliti. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:⁶⁷

1. Bila nilai DW berada di antara dU sampai dengan $4 - dU$ maka artinya tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih kecil dari pada dL, artinya ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW terletak di antara dL dan dU maka tidak dapat disimpulkan.
4. Bila nilai DW lebih besar dari pada $4 - dL$, artinya ada korelasi negatif.
5. Bila nilai DW terletak di antara $4 - dU$ dan $4 - dL$, maka tidak dapat disimpulkan.

Dimana:

DW = nilai Durbin-Watson di statistik

dU = nilai batas atas (didapat dari tabel)

dL = nilai batas bawah (didapat dari tabel)

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).

⁶⁷ Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24",... , h. 23

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 $DW > +2$.

3.8.3 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*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan $VIF > 10$. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁶⁸

3.8.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:⁶⁹

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

⁶⁸ Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS...*", h. 95

⁶⁹ Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 125-126.

3.8.5 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:⁷⁰

1. Membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan 0,05
 - a. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - b. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}
 - a. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - b. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

⁷⁰ Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24", ... , h. 32

3.9 Teknik Analisa Data

3.9.1 Analisis Statistic Deskriptif Kuantitatif

Teknik analisis statistik deskriptif kuantitatif merupakan metode yang dilakukan dengan pengumpulan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Fungsi statistic deskriptif antara lain mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat.⁷¹ Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Adapun rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan: Y = pembelian impulsif
 a = konstanta
 b = koefisien korelasi ganda
 x_1 = uang saku
 x_2 = gaya hidup

⁷¹ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 81

x_3 = kontrol diri

e = *standard error*

3.10 Uji Hipotesis

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

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan adalah tabel *Coefficients* dengan kriteria penerimaan/ penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:⁷²

1. Jika nilai signifikansi (Sig) < probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_0 diterima.
2. Jika nilai signifikansi (Sig) > probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_0 ditolak.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama

⁷² Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24",... , h. 39

terhadap variabel terikat. Dalam uji ini, hal yang diperhatikan adalah tabel ANOVA dengan kriteria penerimaan/penolakan sebagai berikut:⁷³

1. Jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{sig} > \alpha 0.05$) atau nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y atau H_0 diterima.
2. Jika nilai probabilitas yang dihitung $<$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{sig} < \alpha 0.05$) atau nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y atau H_0 diterima

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi (R^2) memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 .

⁷³Ibid, h. 40

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah IAIN Langsa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah peralihan dan peningkatan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Peralihan ini sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 146 Tahun 2014 yang ditandatangani langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Zawiyah Cot Kala sendiri didirikan pada tahun 1980 merupakan hasil keputusan Seminar Sejarah Islam di Rantau Pertamina Kuala Simpang, bahkan nama tersebut diambil dari sebuah nama lembaga pendidikan tinggi terbesar di Asia Tenggara yang tertua di Bayeun sekitar abad ke-4 H.⁷⁴

Awalnya IAIN Langsa ini didirikan dalam bentuk Lembaga Institut Agama Islam (IAI) Zawiyah Cot Kala Langsa yang meliputi tiga Fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Pembukaan kuliah pertama sekali pada tanggal 14 Oktober 1980 hanya diresmikan 2 (dua) Fakultas, Fakultas Tarbiyah yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam dan Fakultas Dakwah yaitu Jurusan Penerangan Agama sampai tingkat sarjana muda. Pada tahun 1981 dibentuk Yayasan dengan Akte Notaris No. 7 tanggal 21 Juli 1981 dan pada tahun 1982 dalam kunjungannya Menteri Agama Republik Indonesia ke Langsa (H.Alamsyah Ratu Perwiranegara) dalam rangka peresmian Departemen Agama Propinsi Daerah Istimewa Aceh oleh pengurus Yayasan menyampaikan Surat

⁷⁴<https://www.iainlangsa.ac.id/pages/sejarah-kampus>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2021, pukul 20.40 WIB

Pemohonan Terdaftar IAI Zawiyah Cot Kala Langsa, maka pada tahun 1983 keluarlah SK Dirjen Lembaga Islam Departemen Agama RI untuk terdaftarnya dengan SK Nomor: Kep/E/III/PP.00.2/1303/83 tanggal 16 April 1983, dan kemudian pada tahun 1988 dengan keputusan Menteri Agama RI, maka IAI Zawiyah Cot Kala Langsa terdaftar s/d jenjang S-1 dengan SK Menteri Agama RI Nomor : 219 Tahun 1988 tanggal 1 Desember 1988, kemudian sejak tahun 1997 berubah bentuk menjadi STAI (Sekolah Tinggi Agama Islam).⁷⁵

Dalam proses kegiatan akademik dari tahun ke tahun semakin meningkat dan berkembang, baik dilihat dari segi prestasi mahasiswa, tenaga pengajar, jumlah mahasiswa maupun peran aktif dan keberhasilan dalam bidang-bidang lainnya, maka sejak tahun 2000 lembaga ini mendapat peningkatan status menjadi Status Diakui berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama Republik Indonesia Nomor: E/36/2000 tanggal 20 Maret ,2000, yang memiliki dua jurusan yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI)/Tarbiyah dan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)/Dakwah. Kemudian sejak tahun 2001, STAI Zawiyah Cot Kala Langsa berupaya mengembangkan lembaga dengan membuka Program Diploma Dua (D-II) Jurusan Guru Pendidikan Agama Islam (GPAI) dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI).

Perkembangan yang lebih menggembirakan yaitu Pada akhir tahun 2006 keluarlah Perpres Nomor 106 Tahun 2006 Tanggal 28 Desember 2006 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala

⁷⁵ *Ibid...*

Langsa yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Dr. Susilo Bambang Yudhoyono. Penegerian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa di samping akan berdampak positif bagi perkembangan ilmu-ilmu keislaman juga akan mendorong solidaritas nasional dan memperkokoh integritas bangsa, karena adanya lembaga pendidikan Islam yang secara loyal mendedikasikan dirinya untuk kepentingan bangsa dan agama, selain itu penegerian ini juga akan melahirkan kebanggaan dikalangan umat Islam Aceh, hal mana sangat positif bagi langkah-langkah penyelesaian konflik secara damai.

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

4.1.2 Visi dan Misi IAIN Langsa

Adapun yang menjadi visi dan misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah sebagai berikut:⁷⁶

1. Visi

"Menjadi pusat kajian keislaman yang berkarakter rahmatan lil alamin"

⁷⁶<https://www.iainlangsa.ac.id/pages/sejarah-kampus>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2021, pukul 20.45 WIB

2. Misi

- a. Menghasilkan sarjana Islam yang berwawasan dan berintegritas;
- b. Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah yang berkualitas; dan
- c. Melaksanakan pengabdian yang kreatif, inovatif, dan produktif.

4.1.3 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

Adapun yang menjadi visi dan misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa adalah sebagai berikut:⁷⁷

1. Visi

“Menjadi Pusat Keunggulan dalam Pengembangan dan Pengkajian Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang berkarakter rahmatan lil ‘alamin di Tahun 2031”.

2. Misi

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

⁷⁷<https://febi.iainlangsa.ac.id/visi-dan-misi/>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2021, pukul 21.00 WIB

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini adalah mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa yang pernah membeli produk *fashion*. Adapun karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	18	3	3%
2	19	10	11%
3	20	30	33%
4	21	35	38%
5	22	12	13%
6	23	1	1%
7	24	1	1%
	Total	92	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel karakteristik responden berdasarkan usia di atas menunjukkan usia mahasiswi FEBI IAIN Langsa yang menjadi sampel dalam penelitian ini bervariasi, mulai dari usia 18 tahun hingga usia 24 tahun. Jumlah responden terbanyak yaitu usia 21 tahun sebanyak 35 orang dengan jumlah persentase 38%, selanjutnya usia 20 tahun sebanyak 30 orang dengan jumlah persentase 33%, usia 22 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase 13%, usia 19 tahun sebanyak 10 orang dengan jumlah persentase 11%, usia 18 tahun sebanyak 3 orang dengan jumlah persentase 3% dan terakhir usia 23 dan 24 masing-masing sebanyak 1 orang dengan jumlah persentase masing-masing 1%.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	2017	26	28%
2	2018	37	40%
3	2019	18	20%
4	2020	11	12%
	Total	92	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan angkatan dapat dilihat bahwa angkatan 2018 sebanyak 37 responden dengan persentase 40%, angkatan 2017 sebanyak 26 responden dengan persentase 28%, angkatan 2019 sebanyak 18 responden dengan persentase 20% dan angkatan 2020 sebanyak 11 responden dengan persentase 12%.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

No.	Uang Saku/Bulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	\leq Rp.500.000	64	70%
2	Rp.500.000 – Rp.1.000.000	20	22%
3	Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000	4	4%
4	Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000	2	2%
5	$>$ Rp.2.000.000	2	2%
	Total	92	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel karakteristik responden berdasarkan uang saku menunjukkan bahwa sebagian besar uang saku responden/ bulan sebesar \leq Rp.500.000 yaitu sebanyak 64 orang dengan jumlah persentase 70%, kemudian Rp.500.000 – Rp.1.000.000 sebanyak 20 orang dengan jumlah persentase 22%, Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000 sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase 4%, Rp.1.500.000 –

Rp.2.000.000 sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase 2%, dan > Rp.2.000.000 sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase 2%.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No.	Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Kos	31	34%
2	Tidak Kos	61	66%
	Total	92	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal, dapat dilihat bahwa 31 orang responden dengan persentase 34% bertempat tinggal di kos, sedangkan sisanya sebanyak 61 orang responden dengan persentase 66% tidak kos.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 22 yang bertujuan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket (kuesioner) yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari sampel penelitian atau para responden. Uji validitas *product moment pearson correlation* menggunakan prinsip menghubungkan atau mengkorelasikan antara masing-masing skor item atau soal kuesioner dengan skor total yang diperoleh dari kuesioner atas jawaban responden. Adapun salah satu dasar pengambilan keputusan uji validitas *product moment* ialah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka item pernyataan kuesioner dinyatakan

valid.⁷⁸ Dengan menggunakan sampel sebanyak 92 sampel (N=92) didapatkan nilai r_{tabel} signifikansi 5% = 0,207, maka hasil uji validitas yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r_{tabel})	Keterangan
Uang Saku (X₁)			
X1.1	0,309	0,207	Valid
X1.2	0,558	0,207	Valid
X1.3	0,573	0,207	Valid
X1.4	0,512	0,207	Valid
X1.5	0,721	0,207	Valid
X1.6	0,786	0,207	Valid
Gaya Hidup (X₂)			
X2.1	0,679	0,207	Valid
X2.2	0,841	0,207	Valid
X2.3	0,835	0,207	Valid
X2.4	0,629	0,207	Valid
X2.5	0,583	0,207	Valid
Kontrol Diri (X₃)			
X3.1	0,731	0,207	Valid
X3.2	0,749	0,207	Valid
X3.3	0,491	0,207	Valid
X3.4	0,634	0,207	Valid
X3.5	0,688	0,207	Valid
X3.6	0,314	0,207	Valid
Pembelian Impulsif (Y)			
Y.1	0,672	0,207	Valid
Y.2	0,646	0,207	Valid
Y.3	0,714	0,207	Valid
Y.4	0,783	0,207	Valid
Y.5	0,798	0,207	Valid
Y.6	0,672	0,207	Valid
Y.7	0,676	0,207	Valid

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 22, 2021

Pada tabel hasil uji validitas di atas dapat dilihat bahwa perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

⁷⁸ Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Metodologi Penelitian Ekonomi", ..., h. 63

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner pada instrumen penelitian baik dari pernyataan kuesioner variabel uang saku, gaya hidup, kontrol diri, dan pembelian impulsif dapat dinyatakan layak sebagai alat ukur atau pengumpulan data dalam penelitian. Dalam arti lain bahwa semua pernyataan yang dicantumkan dalam kuisisioner mampu untuk mengungkapkan variabel uang saku, gaya hidup, kontrol diri dan pembelian impulsif.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket atau kuesioner yang digunakan oleh peneliti, sehingga kuesioner tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian. Jika pengukuran hasil jawaban responden konsisten dan terpercaya maka dapat dikatakan reliabel, dengan melihat nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) > 0,60 (standar Alpha).⁷⁹

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Alpha Standar	Keterangan
Uang Saku (X1)	0,629	0.60	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,750	0.60	Reliabel
Kontrol Diri (X3)	0,602	0.60	Reliabel
Pembelian Impulsif (Y)	0,835	0.60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 22, 2021

Pada tabel hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel uang saku (X₁) 0,629 > 0,6 (standar Alpha), nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel gaya hidup (X₂) 0,750 > 0,6 (standar Alpha), nilai *Cronbach's*

⁷⁹Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24", Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, 2019, h. 11

Alphapada variabel kontrol diri (X_3) $0,602 > 0,6$ (standar Alpha), dan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel pembelian impulsif (Y) $0,835 > 0,6$ (standar Alpha). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua jawaban dari instrumen pernyataan variabel yang diuji tersebut ialah reliabel atau terpercaya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel independen (pembelian impulsif) dan variabel dependen (uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri) memiliki distribusi normal atau tidak. Normal yang dimaksud ialah data yang didapatkan memiliki sebaran data yang merata yang mewakili populasi. Cara yang digunakan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak ialah dengan melihat histogram residual apakah memiliki bentuk seperti lonceng atau tidak dan melihat grafik normal P-P Plot dengan ketentual normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonalnya.⁸⁰

Cara lain untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis. Rasio skewness adalah nilai kewnness dibagi dengan standard erroe skewness, sedangkan rasio kurtosis ialah nilai kurtosis dibagi dengan standard error kurtosis. Pedoman pengambilan keputusan dalam hal ini ialah sebagai berikut:⁸¹

1. Bila rasio kurtosis dan skewness berada di antara -2 dan +2, maka distribusi data adalah normal.

⁸⁰Imam Ghazali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*",..., h. 147

⁸¹Rifyal Dahlawy, "*Modul SPSS 24*",..., h. 16

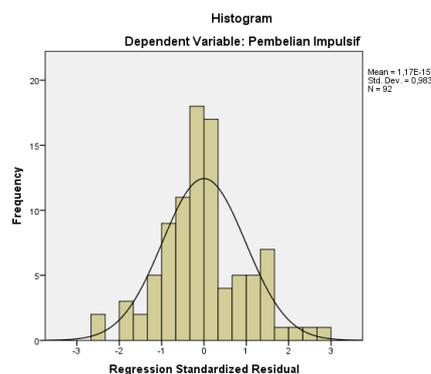
2. Bila rasio kurtosis dan skewness berada di bawah -2 dan di atas +2, maka distribusi data adalah tidak normal.

Tabel 4.10
Rasio Skewness-Kurtosis

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	92	,245	,251	,512	,498
Valid N (listwise)	92				

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

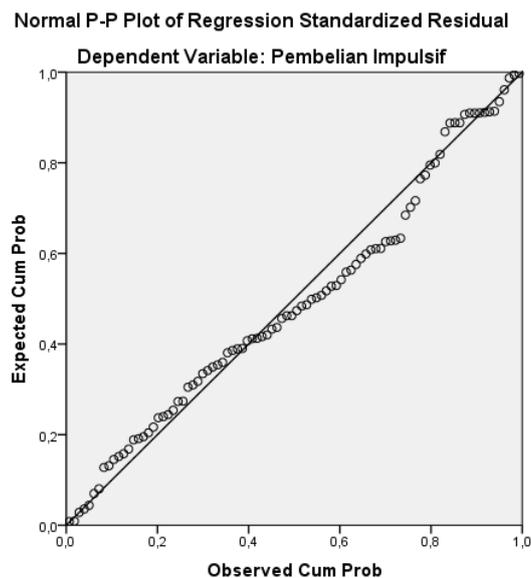
Dari tabel 4.7 diketahui nilai statistic skewness 0,245 dan standard error skewness 0,251, sedangkan nilai statistic kurtosis 0,512 dan standard error kurtosis 0,498. Dari nilai tersebut dapat diketahui rasio skewness yaitu dengan membagi nilai skewness dengan standard error skewness = $0,245/0,251 = 0,98$. Sedangkan rasio kurtosis dapat diketahui dengan membagi nilai kurtosis dengan standard error kurtosis = $0,512/0,498 = 1,03$. Karena rasio skewness dan rasio kurtosis berada di antara -2 dan +2, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.



Gambar 4.2
Histogram

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Grafik histogram di atas memberikan pola seimbang dan membentuk seperti lonceng terbalik yang memenuhi garis lonceng yang berarti data dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Dari grafik normal P-P Plot tersebut terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi yang digunakan dapat memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menjelaskan bahwa persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Autokorelasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkorelasi antara variabel gangguan pada periode lain. Sifat autokorelasi muncul

bila terdapat korelasi antara data yang diteliti. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:⁸²

1. Bila nilai DW berada di antara dU sampai dengan $4 - dU$ maka artinya tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih kecil dari pada dL , artinya ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW terletak di antara dL dan dU maka tidak dapat disimpulkan.
4. Bila nilai DW lebih besar dari pada $4 - dL$, artinya ada korelasi negatif.
5. Bila nilai DW terletak di antara $4 - dU$ dan $4 - dL$, maka tidak dapat disimpulkan.

Dimana:

DW = nilai Durbin-Watson di statistik

dU (nilai batas atas) = 1,7285 (didapat dari tabel)

dL (nilai batas bawah) = 1,5941 (didapat dari tabel)

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,770 ^a	,593	,580	3,157	1,862

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Tabel hasil uji autokorelasi di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,862 lebih besar dari batas atas (dU) yaitu 1,7285 dan kurang dari $4 - 1,7285$ ($4 - dU$) = 2,2715. Maka sebagaimana dasar pengambilan

⁸²Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24", ..., h. 23

keputusan dalam uji Durbin-Watson, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi baik positif maupun negatif.

4.4.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan $VIF > 10$. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁸³

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF
Uang Saku (X ₁)	0,738	1,355
Gaya Hidup (X ₂)	0,721	1,387
Kontrol Diri (X ₃)	0,968	1,034

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

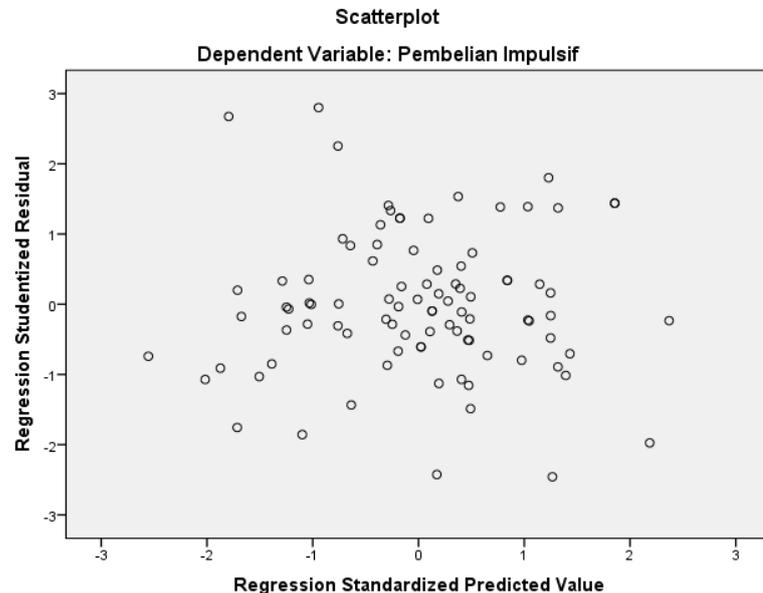
Hasil uji multikolinearitas (uji VIF) pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari semua variabel independen lebih besar dari 0,1 yaitu 0,738 (X₁), 0,721 (X₂), dan 0,968 (X₃). Selain itu dapat dilihat pula seluruh variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu 1,355 (X₁), 1,387 (X₂) dan 1,034 (X₃). Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki masalah multikolinearitas.

⁸³ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h.95

4.4.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:⁸⁴

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



Gambar 4.4
Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

⁸⁴ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 125-126.

Berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik pada grafik Scatterplot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya, tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif mahasiswa.

4.4.5 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:⁸⁵

3. Membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan 0,05
 - c. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - d. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
4. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}
 - c. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

⁸⁵Rifyal Dahlawy, "Modul SPSS 24", ... , h. 32

- d. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Uang Saku	Between Groups	(Combined) Linearity	779,638	16	48,727	2,652	,002
		Deviation from Linearity	669,377	1	669,377	36,426	,000
			110,261	15	7,351	,400	,975
	Within Groups		1378,221	75	18,376		
Total			2157,859	91			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined) Linearity	1354,494	17	79,676	7,339	,000
		Deviation from Linearity	1083,555	1	1083,555	99,809	,000
			270,939	16	16,934	1,560	,102
	Within Groups		803,365	74	10,856		
Total			2157,859	91			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Kontrol Diri	Between Groups	(Combined) Linearity	607,402	12	50,617	2,579	,006
		Deviation from Linearity	230,194	1	230,194	11,729	,001
			377,209	11	34,292	1,747	,078
	Within Groups		1550,456	79	19,626		
Total			2157,859	91			

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari output di atas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity* untuk variabel (pembelian impulsif * uang saku) adalah 0,975. Nilai *Deviation from Linearity* untuk variabel (pembelian impulsif * gaya hidup) adalah 0,102. Nilai *Deviation from Linearity* untuk variabel (pembelian impulsif * kontrol diri) adalah 0,078. Berdasarkan nilai tersebut diketahui bahwa seluruh nilai *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri dengan pembelian impulsif.

Berdasarkan nilai F dari output di atas, di peroleh nilai F_{hitung} untuk variabel (pembelian impulsif * uang saku) adalah 0,400. Nilai F_{hitung} untuk variabel (pembelian impulsif * gaya hidup) adalah 1,560. Nilai F_{hitung} untuk variabel (pembelian impulsif * kontrol diri) adalah 1,747. Berdasarkan nilai tersebut diketahui bahwa seluruh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ 2,71. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri dengan pembelian impulsif.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat.⁸⁶ Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Ringkasan hasil pengolahan data dengan *software statistic* adalah sebagai berikut:

⁸⁶ Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 81

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,865	3,902		3,297	,001
	Uang Saku	,372	,113	,261	3,302	,001
	Gaya Hidup	,695	,103	,538	6,722	,000
	Kontrol Diri	-,378	,128	-,204	-2,951	,004

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,865 + 0,372 (X_1) + 0,695 (X_2) - 0,378 (X_3)$$

Persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 12,865 menyatakan jika variabel independen dianggap konstan.
2. Nilai koefisien variabel Uang saku (X_1) bernilai positif 0,372. Hal ini menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif atau jika nilai variabel uang saku ditingkatkan sebesar 1% maka akan meningkatkan pembelian impulsif sebesar 0,372 atau 37,2%.
3. Nilai koefisien variabel gaya hidup (X_2) bernilai positif 0,695. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif atau jika nilai variabel gaya hidup ditingkatkan sebesar 1% maka akan meningkatkan pembelian impulsif sebesar 0,695 atau 69,5%.
4. Nilai koefisien variabel kontrol diri (X_3) bernilai negatif (-0,378). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri berpengaruh negatif terhadap pembelian

impulsif atau jika nilai variabel kontrol diri ditingkatkan sebesar 1% maka nilai pembelian impulsif bertambah sebesar (-0,378) atau (-37,8)%.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan adalah tabel *Coefficients* dengan kriteria penerimaan/ penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:⁸⁷

1. Jika nilai signifikansi (Sig) < probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi (Sig) > probabilitas 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis H_0 ditolak.

Nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program statistik kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha=5\%$ (0,05) yakni yang diperoleh dari derajat bebas. Menentukan t_{tabel} dengan melihat output ANOVA pada bagian “df – residual” yaitu 88, maka di peroleh nilai t_{tabel} sebesar 1,662 berdasarkan tabel distribusi t.

⁸⁷Rifyal Dahlawy, “Modul SPSS 24”,... , h. 39

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,865	3,902		3,297	,001
Uang Saku	,372	,113	,261	3,302	,001
Gaya Hidup	,695	,103	,538	6,722	,000
Kontrol Diri	-,378	,128	-,204	-2,951	,004

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan nilai signifikansi variabel uang saku (X_1) diperoleh nilai signifikansi uang saku (X_1) sebesar 0,001 < probabilitas 0,05. Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , diketahui nilai t_{hitung} bernilai positif 3,302 > t_{tabel} 1,662. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} atau hipotesis pertama diterima, sehingga disimpulkan terdapat pengaruh positif antara variabel uang saku terhadap pembelian impulsif.
2. Berdasarkan nilai signifikansi variabel gaya hidup (X_2) diperoleh nilai signifikansi gaya hidup (X_2) sebesar 0,000 < probabilitas 0,05. Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , diketahui nilai t_{hitung} bernilai positif 6,722 > t_{tabel} 1,662. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} atau hipotesis ke dua diterima, sehingga disimpulkan terdapat pengaruh positif antara variabel gaya hidup terhadap pembelian impulsif.
3. Berdasarkan nilai signifikansi variabel kontrol diri (X_3) diperoleh nilai signifikansi kontrol diri (X_3) sebesar 0,004 < probabilitas 0,05. Berdasarkan

perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , diketahui nilai t_{hitung} bernilai negatif $2,951 > t_{tabel} 1,662$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a3 atau hipotesis ke tiga diterima, sehingga disimpulkan terdapat pengaruh negatif antara variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam uji ini, hal yang diperhatikan adalah tabel ANOVA dengan kriteria penerimaan/penolakan sebagai berikut:⁸⁸

1. Jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{sig} > \alpha 0.05$) atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y atau H_a diterima.
2. Jika nilai probabilitas yang dihitung $<$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($\text{sig} < \alpha 0.05$) atau nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y atau H_0 diterima.

Nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program statistik kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha=5\%$ (0,05) yakni yang diperoleh dari derajat bebas. Menentukan F_{tabel} dengan melihat output ANOVA pada bagian “df – residual” yaitu 88, maka di peroleh nilai F_{tabel} sebesar 2,71 berdasarkan tabel distribusi F.

⁸⁸ *Ibid*, h. 40

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1280,597	3	426,866	42,820	,000 ^b
	Residual	877,262	88	9,969		
	Total	2157,859	91			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji simultan (uji F) di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (42,820) > F_{tabel} (2,71)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol hidup secara simultan atau bersama-sama terhadap pembelian impulsif.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi (R^2) memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 .

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 ^a	,593	,580	3,157

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

Sumber: Hasil olah data primer pada SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi di atas, diketahui nilai *adjusted R square* (koefisien determinasi) sebesar 0,580 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 58 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan

Setelah peneliti memperoleh data-data dari hasil observasi, 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 Uang Saku, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)”. Maka sebagai langkah selanjutnya peneliti akan menganalisa data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Uang Saku terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Mahasiswi FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 pada penelitian ini menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,302

>1,662), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0.001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besaran pengaruh uang saku terhadap pembelian impulsif produk *fashion* adalah sebesar 0,372. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi uang saku yang diperoleh mahasiswa FEBI IAIN Langsa, maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa, begitu pula sebaliknya.

Uang saku merupakan pendapatan mahasiswa yang diterima dari orang tua atau keluarganya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti, 70% responden menjawab bahwa mereka menerima uang saku dari orang tua atau keluarga setiap bulannya sebesar \leq Rp.500.000. Selain itu ada pula mahasiswa yang memiliki sumber uang saku lainnya yang berasal dari pekerjaan mereka sendiri, seperti berbisnis baik itu berbisnis online, kuliner, *make-up* artist, dan lain sebagainya.

Ketersediaan uang mengacu pada jumlah anggaran atau dana ekstra yang dimiliki oleh seseorang yang harus dikeluarkan saat berbelanja. Ketersediaan uang secara langsung berhubungan dengan pembelian impulsif karena hal tersebut dinilai menjadi vasilitator terjadinya pembelian terhadap suatu objek.⁸⁹ Oleh sebab itu, banyak sedikitnya tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa dipengaruhi uang saku yang mereka miliki dan bagaimana cara mereka mengelolanya semaksimal mungkin.

⁸⁹ Novia MH dan Harmon, "*Faktor-faktor Perilaku Impulsive Buying pada Fashion di Kota Bandung*", dalam *Jurnal Bisnis dan Inverstasi*, Volume 2, No.3, Desember 2016, h. 124

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titi Rismayanti dan Serli Oktapiani yang berjudul “Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa”, yang menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa, yang berarti semakin tinggi uang saku yang diterima oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Ia menyatakan bahwa hal ini disebabkan mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif dan suka membeli produk yang diinginkan.⁹⁰

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Mahasiswi FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 pada penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,722 > 1,662$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besaran pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif produk *fashion* adalah sebesar 0,695. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup mahasiswi FEBI

⁹⁰ Titi Rismayanti dan Serli Oktapiani, “Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa” dalam *Nusantara Journal of Economics*, Vol. 02 No. 02 Desember 2020, h. 36

IAIN Langsa, maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa, begitu pula sebaliknya.

Gaya hidup (*lifestyle*) cara hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana prang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (katerkaitan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya.⁹¹ Berdasarkan pengamatan peneliti, mahasiswi lebih tinggi melakukan pembelian berdasarkan keinginan untuk mengikuti gaya hidup dari pada membeli kebutuhannya. Mahasiswi cenderung membeli barang mahal dan bermerek (*brand*) serta mengikuti trend terkini dalam membeli barang *fashion*, seperti yang tertuang dalam butir pernyataan pada kuesioner juga menjadi faktor penyebab tingginya perilaku pembelian impulsif. Oleh sebab itu, sebagian besar tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa dipengaruhi gaya hidup mahasiswi tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Mawarni dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Hijab *Online Shop* pada Mahasiswi Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Ponorogo”, yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif hijab *online shop* pada mahasiswi jurusan muamalah fakultas syariah IAIN Ponorogo.⁹²

⁹¹ Solomon dalam Agustina Mutia, “Pengaruh Gaya Hidup dan Minat terhadap Kebiasaan Pembelian Barang yang Tidak Direncanakan Masyarakat Kota Jambi”, dalam *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol. 1, No. 1, 2017, E-ISSN: 2598-2222, h. 80

⁹² Eka Mawarni, “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Hijab *Online Shop* pada Mahasiswi Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Ponorogo”, Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah IAIN Ponorogo, 2018, h. 90

3. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Mahasiswi FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 pada penelitian ini menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,951 > 1,662$), dan probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ($0,004 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besaran pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* adalah sebesar $-0,378$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi kontrol diri mahasiswi FEBI IAIN Langsa, maka semakin rendah tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa, begitu pula sebaliknya.

Kuat atau lemahnya kontrol diri akan mempengaruhi pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswi. Lemahnya kontrol diri dapat membuat individu melakukan pembelian impulsif. Namun kuatnya kontrol diri menjadikan individu mampu untuk mengarahkan, memandu, dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif seperti mengontrol pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winia Lestari dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* pada Wanita”, yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif dan

signifikan variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* pada wanita. Artinya, semakin kuat kontrol diri pada wanita maka semakin rendah pembelian impulsif terhadap produk *fashion*. Sebaliknya semakin lemah kontrol diri pada wanita maka semakin tinggi pembelian impulsif terhadap produk *fashion*.⁹³

4. Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Mahasiswi FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 22 pada penelitian ini menyatakan bahwa uang saku, gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikan pada uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (42,820) > F_{tabel} (2,71)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh uang saku, gaya hidup, dan kontrol hidup secara simultan atau bersama-sama terhadap pembelian impulsif, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai koefisien determinasi (*Ajusted R-Square*) sebesar 0,580 yang artinya kontribusi uang saku, gaya hidup dan kontrol diri dalam menjelaskan variabel pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa sebesar 58 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor *store atmosphere*, faktor kelompok referensi, dan faktor motivasi belanja hedonis.⁹⁴

⁹³ Winia Lestari, “*Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Wanita*”, dalam Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara, 2020, h. 64

⁹⁴ M. Fatkhul In'am, “*Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif*”, dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 36, No. 1, Juli 2016, h. 92

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa uang saku secara parsial berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Dari hasil uji regresi linier berganda, diperoleh koefisien variabel uang saku bertanda positif yaitu 0,372. Dari hasil uji t (uji parsial) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,302 > 1,662$), dengan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan ($0,001 < 0,05$) yang berarti signifikan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Sehingga semakin tinggi uang saku yang diperoleh mahasiswi FEBI IAIN Langsa, maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa. Dari hasil uji regresi linier berganda, diperoleh koefisien variabel uang saku bertanda positif yaitu 0,695. Dari hasil uji t (uji parsial) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,722 > 1,662$), dengan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan ($0,000 < 0,05$) yang berarti signifikan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel

gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Sehingga semakin tinggi tingkat gaya hidup yang dimiliki mahasiswa FEBI IAIN Langsa, maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa kontrol diri secara parsial berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Dari hasil uji regresi linier berganda, diperoleh koefisien variabel uang saku bertanda negatif yaitu -0,378. Dari hasil uji t (uji parsial) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,951 > 1,662$), dengan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan ($0,004 < 0,05$) yang berarti signifikan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Sehingga semakin rendah tingkat kontrol diri yang ada dalam diri mahasiswa FEBI IAIN Langsa, maka semakin tinggi tingkat pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa.
4. Uang saku, gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikan pada uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} ($42,820$) $> F_{tabel}$ ($2,71$). Selain itu, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) sebesar 0,580 yang artinya kontribusi uang saku, gaya hidup dan kontrol diri dalam menjelaskan

variabel pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswi FEBI IAIN Langsa sebesar 58 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, maka peneliti memuat beberapa saran, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir kritis.

2. Bagi Mahasiswi FEBI IAIN Langsa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswi, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif serta mengurangi perilaku pembelian impulsif.

3. Bagi Kampus IAIN Langsa

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan untuk pertimbangan bagi peningkatan kesadaran skala prioritas kebutuhan mahasiswi agar terhindar dari pembelian impulsif, khususnya mahasiswi FEBI IAIN Langsa.

4. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran akan pentingnya perencanaan agar terhindar dari pembelian impulsif, serta dapat dijadikan referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Al-Qarni, ‘Aidh. 2008. *Tafsir Muyassar*. Jilid 2. Jakarta Timur: Qisthi Press.
- Aziz, Abdul. 2008. *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Buku Ajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara. Medan.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Dahlawy, Rifyal. 2019. *Modul SPSS 24*. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP.
- Isawi, Muhammad Ahmad. 2009. *Tafsir Ibnu Mas’ud*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Juliandi, Azuar dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Laity, Nur dan Budiyono Pristyadi. 2013. *Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Mujahidin, Akhmad. 2013. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Nurhayati, Immas. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Putong, Iskandar. 2003. *Economics Pengantar Mikro Dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Raharjo, Budi. 2015. *Mendadak Hemat Saat Kepepet*. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- RI, Departemen Agama. 2012. *Al-Quran Tajwid & Terjemah*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Rianto, Nur. 2010. *Teori Makroekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Seputra, Yulius Eka Agung dan Joko Sutrisno. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Ekuilibria.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Cet. Ke-19. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang .2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Bandung: PT.Rafika.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Thalib, Syamsul Bachri. 2010. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wijaya, Putu M. "Perancangan Kampanye Sosial : Belajar Kelola Uang". Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Komunikasi Visual

2. Jurnal

- Dewi, Mehta Nilarisme dan Hatane Samuel. 2015. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 3 No. 1.
- Hetharie, Jondry A. 2012. Model Kecenderungan Pembelian Impulsif. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Manajemen (STIEM) Rute Nusa Ambon. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vo. 11 No. 3.
- In'am, M. Fatkhul. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif. Fakultas Administrasi Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 36 No. 1.
- Indrianawati, Entika. 2015. Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pasca Sarjana. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1
- Lampengan, Pricilia dkk. 2019. Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora. *Jurnal EMBA*, Vol 7 NO. 4.
- Manjasari, Fitria. 2017. "Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik". *Jurnal Psikosains*, Vol. 12, No. 1, ISSN: 1907-5235.
- MH, Novia dan Harmon.2016. Faktor-faktor Perilaku Impulsive Buying pada Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Inverstasi*, Volume 2, No.3.

- Mutia, Agustina. 2017. Pengaruh Gaya Hidup dan Minat terhadap Kebiasaan Pembelian Barang yang Tidak Direncanakan Masyarakat Kota Jambi. *Itizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol. 1, No. 1. E-ISSN: 2598-2222.
- Paendong, Melissa. 2016. Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04.
- Pujiono, Arif. 2016. Teori Konsumsi Islami. *Jurnal Dimanika Pembangunan* Vol. 3 No. 2.
- Rismayanti, Titi dan Serli Oktapiani. 2020. Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal of Economics*, Vol. 02 No. 02.
- Sari, Aprilia Eka. 2014. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan* dalam Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume XIII, No. 1.
- Wigati, Sri. 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah* Vol. 1, No. 1.

3. Skripsi

- Hanuning, Sri. 2011. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Lestari, Winia. 2020. *Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Wanita*. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Mawarni, Eka. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Hijab Online Shop pada Mahasiswi Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*. Skripsi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo.
- Munandar, Arif. 2019. *Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi FEBI IAIN Langsa.
- Mutia, Dwi. 2018. *Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa*. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Sari, Noni Purnama. 2019. *Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu.

Wulandari, Nimas. 2020. *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) terhadap Keputusan Pembelian Impulse Buying*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru.

4. Internet

<https://febi.iainlangsa.ac.id>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2021.

<https://kbbi.web.id/konsumsi>, diakses pada tanggal 17 Februari 2021.

<https://www.iainlangsa.ac.id>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2021.

Lampiran 1: Koesioner Penelitian

PENGARUH UANG SAKU, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION*

(Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)

Dengan hormat,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan program studi S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa mengenai “Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)”. Maka saya mohon kesediaan dari saudara untuk dapat mengisi koesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaan untuk mengisi atau menjawab koesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kerja sama yang baik dan kesungguhan saudara dalam mengisi koesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Langsa, Juni 2021

Hormat Peneliti,

Rizka Sari

Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas Anda dengan lengkap.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat.
3. Isilah sesuai dengan keadaan sebenarnya, angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian.

Identitas Responden

Nama :

NIM :

Program Studi :

Semester :

Usia :

Uang saku/bulan : ≤ Rp.500.000
 Rp.500.000 – Rp.1.000.000
 Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000
 Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000
 > Rp.2.000.000

Beasiswa : Ya Tidak

Jenis Beasiswa :(diisi jika ada)

Tempat Tinggal : Kos Tidak Kos

Keterangan Jawaban

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Uang Saku (X₁)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
	Pemanfaatan/Penggunaan					
1.	Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk keperluan yang dibutuhkan.					
2.	Saya memprioritaskan uang saku yang berlebih untuk dimanfaatkan pada pemenuhan keinginan.					
	Pemberian Orang Tua					
1.	Uang saku pemberian orang tua cukup untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2.	Saya selalu menggunakan uang saku pemberian orang tua dengan maksimal.					
	Penghasilan					
1.	Saya memiliki penghasilan yang sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan.					
2.	Saya kadangkala memiliki penghasilan yang lebih, sehingga memicu saya untuk membeli barang yang saya inginkan.					

Gaya Hidup (X₂)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
	Aktivitas					
1.	Menurut saya berbelanja adalah aktivitas yang menyenangkan.					
2.	Saya membeli produk-produk yang sedang <i>trend</i> saat ini agar terlihat menarik.					
	Minat					
1.	Saya memiliki minat yang tinggi dalam membeli barang-barang yang sedang <i>trend</i> .					
2.	Terkadang saya membeli suatu barang karena keinginan.					
	Pendapat					
1.	Saya lebih memilih membeli barang-barang yang mahal namun dapat menjamin kepuasan saya.					

Kontrol Diri (X₃)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
	Perilaku					
1.	Meskipun sedang marah atau sedih, saya tetap mempertimbangkan tindakan dengan hati-hati.					
2.	Saya mencari tahu informasi tentang barang yang hendak saya beli sebelum akhirnya membeli.					
	Kognitif					
1.	Saya cenderung membandingkan barang sebelum akhirnya membeli.					
2.	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu.					
	Keputusan					
1.	Terkadang saya mengambil keputusan pembelian terburu-buru tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.					
2.	Saya sulit menentukan pilihan ketika dihadapkan pada dua barang.					

Pembelian Impulsif (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
	Pembelian Spontan					
1.	Saya tertarik dengan barang <i>fashion</i> yang saya lihat, maka saya beli.					
2.	Ketika berbelanja, saya sering membeli barang lain yang tidak direncanakan sebelumnya.					
	Pembelian Tanpa Berfikir Akibat					
1.	Jika saya menyukai suatu barang, saya pasti langsung membelinya tanpa banyak berfikir.					
	Pembelian Terburu-buru					
1.	Ketika sedang berbelanja, saya cenderung tidak dapat menahan diri untuk membeli					

	barang <i>fashion</i> yang saya inginkan.					
2.	Sulit bagi saya untuk mengabaikan produk <i>fashion</i> yang bagus ketika saya berbelanja.					
	Pembelian Dipengaruhi Keadaan Emosional					
1.	Berbelanja benar-benar membuat saya lebih baik ketika saya mengalami hari yang buruk.					
2.	Saya bisa menjadi sangat bersemangat apabila saya melihat produk <i>fashion</i> yang menarik dan ingin saya beli.					

	Uang Saku							Gaya Hidup						Kontrol Diri						Pembelian Impulsif								
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
1	5	5	4	4	4	4	26	5	3	4	4	4	20	4	5	5	4	3	2	23	3	5	3	4	4	4	4	27
2	4	5	5	5	2	2	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	3	2	22	4	4	3	4	4	3	5	27
3	4	5	4	4	2	3	22	5	1	1	1	1	9	4	5	5	5	2	1	22	2	2	3	1	2	5	5	20
4	5	5	5	5	5	5	30	3	4	4	5	1	17	4	3	3	3	2	3	18	3	3	4	3	3	5	5	26
5	5	4	4	3	1	1	18	4	2	1	4	4	15	4	5	5	4	3	2	23	3	3	2	2	3	3	4	20
6	4	4	4	4	2	2	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	2	1	21	4	4	3	3	4	5	5	28
7	5	5	4	4	4	5	27	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	4	3	4	27
8	5	4	2	4	2	2	19	4	1	2	4	2	13	5	5	4	4	3	2	23	4	4	3	4	4	5	5	29
9	1	1	4	4	3	3	16	3	3	1	4	3	14	4	4	4	4	2	2	20	4	2	3	3	3	3	3	21
10	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	2	20	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	5	5	5	4	5	29	5	2	1	4	5	17	5	5	5	4	5	2	26	1	5	3	1	5	5	5	25
12	5	2	2	4	3	1	17	4	1	1	4	2	12	4	4	4	4	4	2	22	1	4	2	2	2	4	4	19
13	5	5	4	5	4	5	28	5	2	2	3	4	16	5	5	5	5	3	1	24	2	4	4	3	4	5	5	27
14	5	5	4	5	2	4	25	4	3	3	3	4	17	4	4	3	5	4	2	22	3	3	3	3	3	3	3	21
15	4	5	2	1	1	2	15	5	4	4	4	2	19	5	5	5	4	4	2	25	4	4	2	2	4	4	4	24
16	5	3	4	4	3	1	20	4	3	2	3	4	16	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	4	4	4	25
17	5	3	4	4	3	3	22	4	3	3	4	4	18	4	5	4	4	3	3	23	3	3	3	4	4	4	4	25
18	4	5	5	5	5	4	28	4	3	2	3	1	13	4	3	3	4	3	2	19	3	3	4	4	4	4	4	26
19	4	4	5	5	4	5	27	5	3	3	5	5	21	5	5	5	5	3	1	24	5	5	4	5	5	5	5	34
20	5	3	4	5	3	4	24	5	3	4	4	5	21	5	5	5	5	2	1	23	5	4	4	4	5	5	5	32
21	5	4	4	4	4	4	25	2	3	3	4	4	16	4	4	4	4	2	2	20	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	2	2	21	4	4	4	5	4	4	4	29
23	5	5	4	4	2	2	22	3	3	3	3	4	16	5	4	4	4	4	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21
24	5	5	3	4	3	5	25	5	4	3	5	3	20	3	3	3	3	1	1	14	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	2	4	4	3	2	19	4	2	2	3	2	13	4	5	5	5	4	3	26	4	2	2	2	2	2	4	18
26	5	4	4	4	2	3	22	4	1	2	4	4	15	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	3	4	4	4	27
27	5	4	4	5	5	5	28	5	4	4	4	1	18	5	5	5	4	3	2	24	5	5	3	4	5	5	4	31
28	4	4	4	4	3	5	24	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	3	1	22	5	4	4	5	5	5	5	33
29	5	5	3	4	3	5	25	5	4	3	5	3	20	3	3	3	3	1	1	14	5	5	5	5	5	5	5	35

30	5	5	3	3	4	4	24	5	1	1	4	3	14	5	5	5	4	2	2	23	4	5	3	4	3	4	4	27
31	4	4	4	3	3	3	21	5	2	2	4	5	18	5	5	5	4	3	2	24	4	4	3	3	3	4	4	25
32	5	4	4	4	3	3	23	2	1	2	4	2	11	4	4	4	4	3	2	21	4	4	3	3	3	3	4	24
33	4	4	5	5	4	4	26	4	3	5	4	4	20	5	4	3	3	3	3	21	4	3	5	4	3	3	5	27
34	5	4	3	5	1	2	20	3	1	1	5	3	13	5	5	4	5	5	3	27	4	4	1	1	3	2	4	19
35	4	2	4	2	2	2	16	3	1	1	3	3	11	5	5	5	4	5	3	27	2	1	3	1	1	3	2	13
36	5	4	5	5	2	4	25	4	3	3	4	4	18	5	5	5	4	4	2	25	4	4	4	4	5	5	4	30
37	5	4	4	4	4	4	25	4	3	3	4	4	18	5	5	5	5	5	2	27	3	2	1	1	2	4	4	17
38	5	4	4	4	3	4	24	4	3	3	4	3	17	4	5	4	4	4	3	24	4	4	3	2	3	5	4	25
39	4	2	4	2	4	4	20	4	2	1	4	2	13	4	4	4	5	2	2	21	4	4	3	3	3	3	4	24
40	5	4	4	4	2	3	22	4	1	2	4	4	15	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	3	4	4	4	27
41	5	2	4	4	3	3	21	3	2	1	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	2	3	3	4	20
42	5	5	5	5	3	3	26	4	3	3	5	3	18	5	5	5	5	3	2	25	3	4	3	3	3	3	3	22
43	5	5	4	5	4	4	27	5	4	4	4	3	20	4	5	5	5	2	2	23	4	5	4	4	4	4	4	29
44	5	5	4	4	2	3	23	4	3	3	4	4	18	4	5	4	4	3	2	22	3	3	4	4	3	3	4	24
45	5	5	4	4	2	3	23	5	3	2	4	3	17	4	5	4	4	3	2	22	4	3	3	4	2	4	4	24
46	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	2	3	23	3	4	5	5	5	5	5	32
47	5	5	3	4	4	4	25	3	3	3	4	3	16	4	4	4	4	3	2	21	4	3	4	4	4	3	3	25
48	4	3	4	5	3	4	23	4	3	3	4	3	17	5	5	4	5	3	3	25	3	4	3	3	3	4	4	24
49	5	3	2	5	4	5	24	5	1	1	5	1	13	4	5	3	4	2	3	21	3	4	5	2	1	4	3	22
50	4	3	4	4	3	3	21	2	1	1	2	3	9	4	4	4	4	3	3	22	2	3	2	2	2	2	3	16
51	5	5	5	5	1	1	22	5	3	2	5	3	18	5	5	5	5	5	2	27	3	2	2	1	5	4	5	22
52	5	1	5	5	3	3	22	3	1	1	4	1	10	5	5	3	5	5	3	26	1	1	1	2	2	4	4	15
53	5	4	5	5	5	4	28	4	3	3	4	4	18	5	4	4	4	3	2	22	4	3	3	3	4	3	5	25
54	4	2	4	4	2	4	20	4	2	1	4	5	16	4	5	5	4	3	1	22	4	4	2	3	1	4	5	23
55	5	5	4	4	2	4	24	4	2	1	4	1	12	5	5	5	5	5	2	27	3	4	1	1	3	5	4	21
56	5	2	4	4	2	3	20	4	1	1	4	4	14	5	4	4	5	3	3	24	4	4	3	4	4	5	4	28
57	5	4	5	4	4	4	26	5	3	2	4	2	16	4	5	4	4	4	1	22	3	3	4	3	4	2	3	22
58	4	4	4	4	4	4	24	4	2	3	4	4	17	4	4	4	4	4	2	22	3	4	4	4	3	4	4	26
59	5	3	4	4	2	3	21	4	1	3	4	2	14	4	4	4	5	2	2	21	4	5	3	3	3	4	4	26
60	4	5	5	5	3	3	25	4	2	2	3	1	12	5	5	2	5	5	2	24	3	4	1	1	2	3	3	17
61	4	3	3	3	3	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	2	21	3	4	3	3	3	4	4	24
62	5	3	5	4	2	2	21	3	1	1	4	4	13	5	5	4	4	4	4	26	3	3	3	2	3	3	2	19

63	4	4	4	4	2	2	20	4	2	2	4	2	14	5	5	4	4	4	2	24	4	2	2	2	2	4	4	20	
64	5	4	3	5	3	3	23	4	2	2	4	2	14	4	4	5	5	2	1	21	3	4	4	3	3	4	3	24	
65	5	5	3	4	2	3	22	5	3	3	4	3	18	4	5	5	5	3	2	24	3	4	3	3	3	5	5	26	
66	4	4	4	5	4	3	24	3	1	2	2	1	9	5	5	4	5	5	5	29	4	4	3	2	3	5	4	25	
67	4	2	4	4	4	4	22	3	1	1	2	1	8	5	5	5	5	2	2	24	1	4	1	2	2	3	4	17	
68	4	3	4	4	5	4	24	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	3	3	22	4	3	3	3	3	2	4	22	
69	4	4	5	4	3	3	23	4	3	2	4	2	15	4	4	3	4	4	2	21	3	4	2	2	3	4	4	22	
70	5	3	4	4	4	3	23	3	3	3	4	3	16	4	4	4	5	3	2	22	3	4	3	3	3	3	4	23	
71	5	3	3	4	2	3	20	2	1	1	2	2	8	4	4	4	4	5	3	24	2	2	1	1	3	2	3	14	
72	5	3	4	3	3	3	21	3	2	2	3	5	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	4	5	24
73	5	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	3	2	23	4	4	3	3	4	4	4	26	
74	5	2	5	4	3	1	20	3	1	1	3	2	10	4	4	4	4	3	1	20	3	3	2	1	2	1	2	14	
75	5	3	2	5	1	4	20	5	2	2	4	4	17	5	5	5	5	4	1	25	4	4	1	2	3	5	3	22	
76	4	4	3	4	2	4	21	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	3	3	22	4	3	3	3	4	3	4	24	
77	5	5	5	4	4	5	28	5	3	3	4	5	20	5	5	5	5	5	2	27	5	3	3	3	4	5	5	28	
78	4	3	5	4	4	4	24	4	2	3	4	4	17	4	4	3	4	3	3	21	4	4	3	3	4	4	4	26	
79	5	4	3	4	3	4	23	4	2	2	4	4	16	5	5	4	5	5	2	26	4	3	3	2	2	3	3	20	
80	4	3	2	3	2	1	15	1	1	1	3	1	7	5	4	5	4	4	2	24	2	3	1	2	2	1	1	12	
81	5	3	4	4	2	2	20	2	2	1	3	3	11	5	4	3	4	3	2	21	3	3	3	3	3	3	3	2	20
82	5	3	4	3	3	3	21	3	2	2	3	5	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	4	5	24
83	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	1	2	22	3	4	3	4	4	3	5	26	
84	5	3	5	4	3	3	23	4	3	3	4	3	17	5	5	5	5	2	1	23	3	4	3	4	3	1	3	21	
85	4	3	1	4	1	1	14	2	1	2	3	3	11	4	4	4	4	4	2	22	1	4	2	2	3	3	3	18	
86	5	4	4	5	2	2	22	4	2	2	4	5	17	5	4	4	4	4	2	23	4	4	2	4	4	5	5	28	
87	5	1	5	4	5	5	25	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	
88	5	5	2	5	2	2	21	4	3	3	4	5	19	4	5	5	5	2	2	23	4	4	3	3	3	4	3	24	
89	4	4	4	4	4	3	23	4	2	1	4	4	15	4	5	5	5	3	2	24	4	4	2	3	3	3	4	23	
90	5	4	5	4	3	4	25	2	1	1	4	5	13	4	4	4	4	2	2	20	4	2	4	5	4	3	4	26	
91	5	4	5	4	4	5	27	4	4	2	4	1	15	5	5	4	5	4	5	28	5	5	3	2	4	4	4	27	
92	5	1	3	5	1	1	16	2	1	1	2	5	11	5	5	3	5	5	1	24	2	1	2	2	1	2	2	12	

Lampiran 3: Hasil Olah Data SPSS

A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Uang Saku (X1)

		Correlations						Uang Saku
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	,240*	-,010	,200	-,027	,059	,309**
	Sig. (2-tailed)		,021	,927	,056	,796	,578	,003
	N	92	92	92	92	92	92	92
X1.2	Pearson Correlation	,240*	1	,077	,190	,083	,287**	,558**
	Sig. (2-tailed)	,021		,468	,070	,429	,006	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X1.3	Pearson Correlation	-,010	,077	1	,257*	,417**	,283**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,927	,468		,013	,000	,006	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X1.4	Pearson Correlation	,200	,190	,257*	1	,176	,215*	,512**
	Sig. (2-tailed)	,056	,070	,013		,094	,039	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X1.5	Pearson Correlation	-,027	,083	,417**	,176	1	,675**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,796	,429	,000	,094		,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X1.6	Pearson Correlation	,059	,287**	,283**	,215*	,675**	1	,786**
	Sig. (2-tailed)	,578	,006	,006	,039	,000		,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Uang Saku	Pearson Correlation	,309**	,558**	,573**	,512**	,721**	,786**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

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

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

b. Gaya Hidup (X2)**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Gaya Hidup
X2.1	Pearson Correlation	1	,490**	,433**	,438**	,179	,679**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,088	,000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.2	Pearson Correlation	,490**	1	,820**	,446**	,237*	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,023	,000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.3	Pearson Correlation	,433**	,820**	1	,393**	,289**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,005	,000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.4	Pearson Correlation	,438**	,446**	,393**	1	,200	,629**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,056	,000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.5	Pearson Correlation	,179	,237*	,289**	,200	1	,583**
	Sig. (2-tailed)	,088	,023	,005	,056		,000
	N	92	92	92	92	92	92
Gaya Hidup	Pearson Correlation	,679**	,841**	,835**	,629**	,583**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92

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

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

c. Kontrol Diri (X3)**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Kontrol Diri
X3.1	Pearson Correlation	1	,584**	,346**	,495**	,375**	,022	,731**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,835	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X3.2	Pearson Correlation	,584**	1	,571**	,577**	,286**	-,093	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,006	,379	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X3.3	Pearson Correlation	,346**	,571**	1	,384**	-,029	-,259*	,491**
	Sig. (2-tailed)							

Y.6	Pearson Correlation	,288**	,407**	,312**	,271**	,447**	1	,629**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,002	,009	,000		,000	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Y.7	Pearson Correlation	,318**	,317**	,289**	,366**	,500**	,629**	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,005	,000	,000	,000		,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Pembelian Impulsif	Pearson Correlation	,672**	,646**	,714**	,783**	,798**	,672**	,676**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92

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

2. Uji Reliabilitas

a. Uang Saku (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,629	6

b. Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	5

c. Kontrol Diri (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,602	6

d. Pembelian Impulsif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,835	7

B. Uji Asumsi Klasik

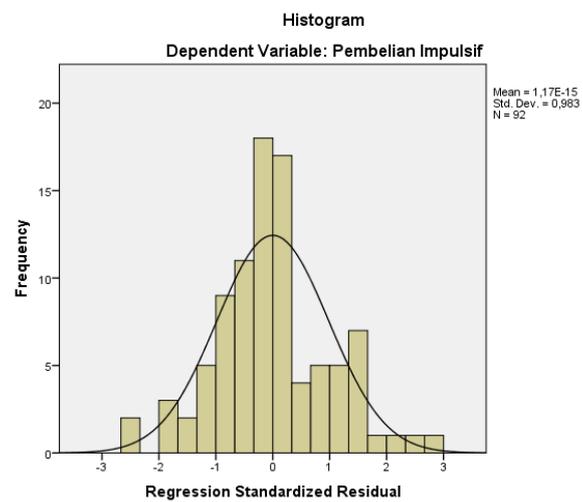
1. Uji Normalitas

a. Rasio Skewness-Kurtosis

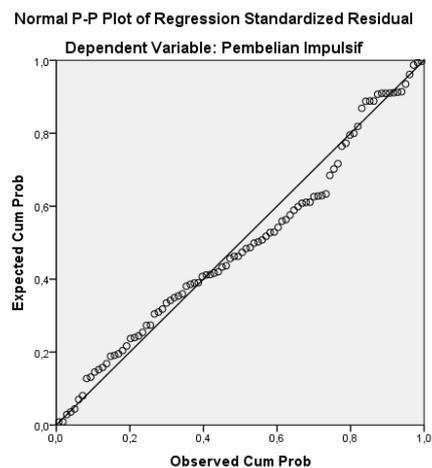
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	92	,245	,251	,512	,498
Valid N (listwise)	92				

b. Histogram



c. P-P Plot

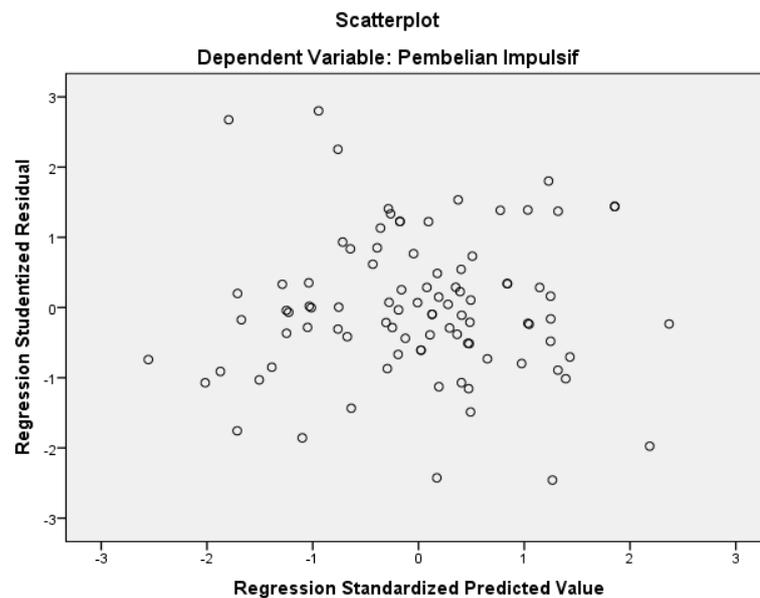


2. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,865	3,902		3,297	,001		
	Uang Saku	,372	,113	,261	3,302	,001	,738	1,355
	Gaya Hidup	,695	,103	,538	6,722	,000	,721	1,387
	Kontrol Diri	-,378	,128	-,204	-2,951	,004	,968	1,034

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,770 ^a	,593	,580	3,157	1,862

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

5. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Uang Saku	Between Groups	(Combined)	779,638	16	48,727	2,652	,002
		Linearity	669,377	1	669,377	36,426	,000
		Deviation from Linearity	110,261	15	7,351	,400	,975
	Within Groups		1378,221	75	18,376		
Total			2157,859	91			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	1354,494	17	79,676	7,339	,000
		Linearity	1083,555	1	1083,555	99,809	,000
		Deviation from Linearity	270,939	16	16,934	1,560	,102
	Within Groups		803,365	74	10,856		
Total			2157,859	91			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembelian Impulsif * Kontrol Diri	Between Groups	(Combined)	607,402	12	50,617	2,579	,006
		Linearity	230,194	1	230,194	11,729	,001
		Deviation from Linearity	377,209	11	34,292	1,747	,078
	Within Groups		1550,456	79	19,626		
Total			2157,859	91			

C. Analisis Data

1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,865	3,902		3,297	,001
	Uang Saku	,372	,113	,261	3,302	,001
	Gaya Hidup	,695	,103	,538	6,722	,000
	Kontrol Diri	-,378	,128	-,204	-2,951	,004

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

D. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,865	3,902		3,297	,001
	Uang Saku	,372	,113	,261	3,302	,001
	Gaya Hidup	,695	,103	,538	6,722	,000
	Kontrol Diri	-,378	,128	-,204	-2,951	,004

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1280,597	3	426,866	42,820	,000 ^b
	Residual	877,262	88	9,969		
	Total	2157,859	91			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

3. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 ^a	,593	,580	3,157

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Uang Saku, Gaya Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

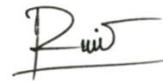
I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Rizka Sari
2. NIM : 4022017092
3. Tempat/Tgl. Lahir : Sanggalima, 22 November 2021
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Dusun III Desa Sanggalima, Kecamatan Gebang,
Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan MDA Al-Amanah Desa Sanggalima
2. Tamatan SD 054946 Desa Sanggalima. Berijazah tahun 2011.
3. Tamatan MTs.N Tanjung Pura, Langkat. Berijazah tahun 2014.
4. Tamatan MAN 2 Tanjung Pura, Langkat. Berijazah tahun 2017.

Langsa, 4 Oktober 2021



Rizka Sari

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 112 TAHUN 2021
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

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

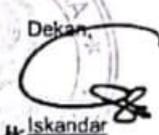
- Memimbang :**
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu merunjuk Pembimbing Skripsi;
 - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan 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 Zawayah Cot 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 : 025.04.2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Memperhatikan:** Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 09 Maret 2021.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :** Dr. Iskandar, MCL sebagai Pembimbing I dan Nurjannah, M.Ek sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama Rizka Sari, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4022017092, dengan Judul Skripsi : "Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion (Studi Kasus Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)".
- Ketentuan :**
- a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munagasyah 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 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

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

Ditetapkan di : Langsa
Pada Tanggal : 19 Maret 2021 M
05 Sya'ban 1442 H

Dekan,

Iskandar

- Tembusan :**
1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa,
 2. Pembimbing I dan II,
 3. Mahasiswa yang bersangkutan.